

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**POTENCIAL COMERCIAL DE LA YUCA COSTARRICENSE
HACIA EL MERCADO DE ESPAÑA, EN EL PERIODO 2021-2023**

AUTOR: DALEYSHA MICHELLE LÓPEZ MIRANDA

TUTOR: ANTONIO OCONTRILLO QUESADA

SAN JOSÉ, 2023

Contenido

Dedicatoria y agradecimientos	10
RESUMEN EJECUTIVO	11
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	12
Justificación.....	13
Objetivos	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos.....	15
Antecedentes	16
Internacionales.....	16
Nacionales.....	26
Proyecciones.....	33
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	34
Comercio internacional	34
Comercio Internacional de yuca	34
Sector agrícola de Costa Rica.....	36
Sector tubérculos.....	37
Yuca	38
Variedades de yuca.....	39
Valor agregado	41
Ventaja comparativa.....	41
Producción internacional de yuca	43
Producción costarricense de yuca	44
Cosecha.....	46
Insumos.....	47
Costos de producción.....	49
Procesamiento.....	50
Regiones productoras de yuca en Costa Rica.....	51
Huetar Norte.....	52
Huetar Caribe	52

Exportaciones de yuca en Costa Rica	53
Generalidades de España.....	55
Economía	56
Consumo de yuca en España.....	56
Exportaciones de España a Costa Rica.....	56
Importaciones de España procedentes de Costa Rica.....	57
Relación comercial entre Costa Rica y España	57
Inversión de España en Costa Rica.....	59
Inversión de Costa Rica en España.....	59
Entidades gubernamentales involucradas en la exportación de yuca.....	60
Promotora de Comercio Exterior (Procomer)	60
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).....	60
Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (Comex).....	61
Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT).....	61
Requisitos para la exportación de yuca	62
Permiso fitosanitario	62
Documento único aduanero (DUA)	62
Nota técnica.....	63
Registro de exportador.....	63
Factura comercial.....	64
Lista de empaque	64
Documento de transporte	64
Manifiesto de carga.....	65
Certificado de origen.....	65
Consideraciones logísticas	65
Transporte internacional.....	66
Transporte marítimo	66
Transporte aéreo.....	67
Transporte local.....	67
Empaque.....	68
Embalaje.....	69
Etiqueta	70
Cadena de frío	71

Seguro de carga.....	71
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	73
Enfoque.....	73
Cualitativo.....	73
Diseño cualitativo.....	75
Fenomenología empírica.....	75
Población y muestra	75
Población	75
Muestra.....	76
Muestra cualitativa.....	76
Unidades de análisis	78
Cualidades diferenciadoras	78
Puntos de mejora.....	78
Consideraciones logísticas	78
Instrumentos cualitativos.....	80
Proceso de recolección de datos.....	81
Fuentes de información	82
Fuente primaria.....	82
Fuentes secundarias.....	83
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	84
Unidad de análisis 1: cualidades diferenciadoras.....	85
Categoría 1. Ubicación estratégica.....	85
Descripción.....	85
Análisis.....	86
Categoría 2. Altas siembras.....	87
Descripción.....	87
Análisis.....	87
Categoría 3. Sabor.....	88
Descripción.....	88
Análisis.....	89
Categoría 4. Calidad.....	89
Descripción.....	89
Análisis.....	90

Categoría 5. Variedades.....	91
Descripción.....	91
Análisis.....	92
Unidad de análisis 2: oportunidades de mejora.....	92
Categoría 1. Industrialización.....	93
Descripción.....	93
Análisis.....	94
Categoría 2. Reducción de costos.....	94
Descripción.....	94
Análisis.....	95
Categoría 3. Tecnología.....	96
Descripción.....	96
Análisis.....	97
Categoría 4. Innovación.....	97
Descripción.....	97
Análisis.....	98
Categoría 5. Competencia.....	99
Descripción.....	99
Análisis.....	99
Categoría 6. Empaque.....	100
Descripción.....	100
Análisis.....	101
Categoría 7. Valor agregado.....	102
Descripción.....	102
Análisis.....	103
Unidad de análisis 3: consideraciones logísticas.....	104
Categoría 1. Certificaciones de calidad.....	104
Descripción.....	104
Análisis.....	105
Categoría 2. Embalaje óptimo.....	106
Descripción.....	106
Análisis.....	107
Categoría 3. Presentación.....	107

Descripción.....	107
Análisis.....	108
Categoría 4. Transporte internacional	109
Descripción.....	109
Análisis.....	109
Categoría 5. Parafina	110
Descripción.....	110
Análisis.....	111
Interpretación de los datos.....	111
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
Conclusiones de la investigación	114
Recomendaciones.....	117
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	120
Objetivo general.....	120
Objetivos específicos.....	120
Propuesta	120
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	126
APÉNDICES.....	132
Anexos.....	132
Cuestionario para la investigación.....	132

Ilustraciones

Ilustración 1: Principales exportadores de yuca 2019.....	35
Ilustración 2: Principales países productores de yuca 2018.....	43
Ilustración 3: Áreas sembradas y producción de yuca 2010-2019.....	45
Ilustración 4: Distribución porcentual de la producción vendida de yuca, según destino 2021	46
Ilustración 5: Insumos para el establecimiento de una hectárea de yuca.....	48
Ilustración 6: Costos de producción de una hectárea de yuca.....	49
Ilustración 7: Áreas sembradas según región y cantón	51
Ilustración 8: Principales destinos de exportación 2019	54
Ilustración 9: Población residente en España.....	55
Ilustración 10: Comercio bilateral España- Costa Rica	58
Ilustración 11: Presentaciones en cajas para exportación	69
Ilustración 12: Propuesta de sitio web.....	121
Ilustración 13: Propuesta de catálogo.....	123
Ilustración 14: Apartado contacto.....	124

Tablas

Tabla 1: Muestra.....	77
Tabla 2: Unidades de análisis	79
Tabla 3: Categorías de la investigación.....	84

Dedicatoria y agradecimientos

Dedicatoria

Deseo dedicar esta investigación a Dios, a mi madre, Yesenia Miranda, y a mi familia que siempre me apoyó y creyó en mí durante este proceso.

Agradecimientos

A Dios, por darme la fortaleza para seguir adelante a pesar de las circunstancias que se me han presentado durante el camino, por haberme brindado salud y perseverancia para poder concluir con esta etapa de mi formación profesional.

Seguidamente, quiero agradecer de todo corazón a mi madre Yesenia que con mucho amor y esfuerzo me ha acompañado en el camino de la vida y me ha impulsado a cumplir mis sueños. A mi hermano Harrison, de igual manera, por su apoyo incondicional y estar para mí. Los amo.

A los profesores de la carrera de Comercio Internacional por su dedicación y paciencia a la hora de brindar sus conocimientos. A mi tutor, Antonio, por guiarme en el proceso.

Finalmente, agradezco a cada persona que me brindó la mano en este proceso para que yo pudiera salir adelante y que estuvieron para escucharme. Muchas gracias.

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, Costa Rica se posiciona como uno de los principales exportadores de yuca en el mundo. Además, la yuca costarricense cuenta con características atractivas para el consumo en mercados internacionales y, por esto, forma parte integral de la oferta exportable. Por lo tanto, el propósito de esta investigación es analizar el potencial de comercio que presenta la yuca costarricense hacia España y, de esa manera, sacar el mayor provecho al exportar a este mercado.

Primero, el objetivo general que se planteó para esta tesis se enfoca en analizar el potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España para el periodo en estudio. Lo anterior tiene el fin de dar respuesta al planteamiento de investigación, del cual se deriva la siguiente pregunta: ¿Cuál es el potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España en el periodo 2021-2023?

Todo lo anterior se fundamentó en un enfoque cualitativo, en el cual se siguió un diseño de fenomenología empírica, con el que se recopiló información por medio de las fuentes primarias y secundarias que dieron sustento y credibilidad a lo que se planteó en el objetivo general y en los específicos. Además, esto se hizo mediante la aplicación de un cuestionario de 11 preguntas a una muestra de 9 personas que cuentan con conocimiento y experiencia que se relacionan con el tema de estudio.

Finalmente, se destaca como principal conclusión que, dando respuesta a la pregunta de investigación acerca del potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España, el producto en investigación cuenta con cualidades que lo diferencian de otros mercados de forma positiva como el sabor, la calidad y las variedades. Sin embargo, se destaca la necesidad de presentar la yuca al mercado español de una forma diferente y no la raíz como tal, mediante la diversificación de productos a base de yuca.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

La yuca es un tubérculo cultivado en diversas regiones del país de Costa Rica, que cuenta con características atractivas para el consumo en mercados internacionales. Por esto, forma parte integral de la oferta exportable, a la vez, los niveles de intercambio comercial entre ese país y España han tenido un crecimiento importante en los últimos años, posiblemente influenciado por la puesta en vigencia del tratado de libre comercio entre Centroamérica y la Unión Europea, firmado en el año 2012.

Es importante entonces conocer el potencial de comercio que presenta la yuca costarricense para colocarse en el mercado español y, de esa forma, sacar el mayor provecho en los distintos ámbitos. Se tiene en cuenta que Costa Rica es el exportador #5 de raíces y tubérculos en la Unión Europea (Procomer, 2023) y que la yuca, de manera particular, recibe un tratamiento favorable al amparo del acuerdo que se mencionó en el párrafo anterior.

La presente investigación tiene como objetivo analizar el potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España en el periodo 2021-2023. De manera específica, se pretende investigar cuáles son las cualidades diferenciadoras que presenta la yuca costarricense que la hacen competitiva frente a otros oferentes, identificar las oportunidades de mejora que tiene este sector productivo y determinar las consideraciones logísticas de la exportación de yuca hacia el mercado de España.

Es de vital importancia que las empresas de Costa Rica diversifiquen sus exportaciones a los diferentes mercados internacionales, para que el país incremente sus ingresos económicos y posicionar sus productos. Costa Rica ofrece una amplia variedad de productos agrícolas, entre ellos se encuentran los tubérculos que se han convertido en una rama de la producción que hace que el país sea conocido en todo el mundo.

Es por eso por lo que la presente investigación busca analizar los principales aspectos que permiten potenciar la yuca costarricense en el ámbito comercial para su inserción en el mercado de España. Para esto, hay que empezar desde el mercado local con aquellos desafíos que el sector productivo enfrente, oportunidades de incorporación tecnológica, cualidades y factores clave que tiene la yuca costarricense frente a otros oferentes y que la hacen competitiva internacionalmente.

Costa Rica cuenta con empresas que presentan un nivel de experiencia importante en la exportación de tubérculos, el cual se puede explotar, de mejor manera y generar un mayor aporte para mejorar la economía costarricense, aprovechando la demanda de productos cada vez más

saludables, que existe en el ámbito mundial, donde España no es la excepción. Al respecto, Doing Business (2020) menciona que: «Un estudio de la Promotora de Comercio Exterior mostró que las raíces y tubérculos son atractivos para el Viejo Continente debido a que sus habitantes se preocupan por su bienestar físico y por mantener una dieta balanceada» (párr. 1).

Lo que se planteó se realiza a través de la recolección de datos de distintas fuentes, entre ellas las entrevistas a empresas y entidades que conforman este sector productivo. Al tener en cuenta lo que se indica previamente se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España en el periodo 2021-2023?

Justificación

Costa Rica cuenta con un sector agrícola amplio y de extensa variedad, debido a la riqueza de recursos naturales y la diversidad climática que posee, es por eso por lo que representa una parte importante de la economía costarricense. Este sector es una fuente de generación de empleos en territorios rurales. Entre los productos más importantes para el país se encuentran: café, piña, banano, entre otros. De acuerdo con Román (2018), la agricultura simboliza un sector de gran importancia para el país:

La agricultura en Costa Rica representa un sector de enorme importancia para el desarrollo económico y social del país, especialmente para aquellos territorios rurales, donde las actividades económicas vinculadas a la exportación de recursos naturales renovables es una de las actividades principales (p. 9).

El sector de los tubérculos en Costa Rica es variado, entre los productos que se pueden encontrar destacan: papa, yuca, ñame, ñampí, malanga, tiquizque, entre otros. Los tubérculos son una fuente de alimentos en todo el mundo y muchos de ellos tienen gran potencial de comercio debido a sus diversas aplicaciones culinarias y valor nutricional, por lo que existen oportunidades para su explotación en el mercado, tanto local como internacional.

La presente investigación tiene como fin analizar el potencial de comercio que presenta la yuca costarricense, con miras de exportación al mercado de España, ya que en Costa Rica la agricultura es un sector de gran importancia para el desarrollo del país, tanto social como económico. Por lo tanto, es necesario establecer líneas de investigación de este producto y que se pueda potenciar en el ámbito internacional.

Entre las razones que motivaron la realización del presente documento está que el producto costarricense en estudio no está tan analizado como otros, por ejemplo, la piña y el banano. Por esta razón, el documento es de gran valor teórico para los productores y exportadores del sector, ya que lo que se busca es la investigación y obtención de información que beneficie a dicho producto en el mercado español.

La investigación es viable, ya que España y Costa Rica tienen una relación comercial estrecha y favorable. Por lo tanto, se busca investigar el sector de tubérculos, en este caso la yuca costarricense, para que se pueda potenciar en el ámbito comercial e ingrese a ese tipo de mercado sin problemas. De acuerdo con la página oficial de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (2022), Costa Rica presenta oportunidades en el mercado europeo en materia agrícola:

Europa es uno de los principales socios comerciales de Costa Rica en materia agrícola y la demanda de productos agrícolas frescos ha registrado un crecimiento anual promedio 4% durante los últimos tres años, lo que brinda a las empresas costarricenses amplias oportunidades de exposición, contribuyendo así a la apertura en nuevos mercados (párr. 4).

Para Costa Rica es importante que se puedan aprovechar las buenas relaciones comerciales que mantiene con el continente europeo, particularmente, con España. Esto serviría para potenciar los productos agrícolas y ganar terreno no solo como exportador de yuca a este mercado, sino también buscando que sea un producto de calidad y con cualidades diferenciadoras.

La página oficial del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (s. f.) indica lo siguiente:

Costa Rica y España tienen una relación comercial en crecimiento. En los últimos diez años, las exportaciones de Costa Rica a España pasaron de \$83 millones a \$209 millones en el 2021; de hecho, nuestro país cuenta con 151 empresas exportadoras al mercado español y le provee alrededor de 255 productos (párr. 3).

La buena relación comercial que existe entre ambos países representa oportunidades para que el intercambio comercial siga en crecimiento, considerando a España como centro estratégico de los productos costarricenses. Al respecto, el Ministerio de Comunicación (2021) menciona que: «España es considerada como centro estratégico para la entrada y distribución de los productos costarricenses a diferentes países de la Unión Europea, donde Costa Rica registró en 2021 \$4.336 millones en comercio total de bienes» (párr. 14).

En virtud de lo mencionado, se puede afirmar que la relación comercial entre Costa Rica y España es positiva con base en un intercambio comercial beneficioso y fluido para ambos países y que, además, se mantiene en crecimiento, ya que en los últimos 10 años se ha visto cómo han ido en aumento las exportaciones costarricenses hacia este destino. Asimismo, la diversificación de mercados y de productos es clave para un país como Costa Rica, ya que compite en el ámbito internacional por su calidad.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España, en el periodo 2021-2023.

Objetivos específicos.

Investigar cuáles son las cualidades diferenciadoras que presenta la yuca costarricense que la hagan competitiva frente a otros mercados.

Identificar las oportunidades de mejora que tiene el sector productivo de la yuca costarricense.

Determinar las consideraciones logísticas de la exportación de yuca costarricense hacia el mercado de España.

Diseñar un catálogo de productos a base de yuca para estimular un aumento potencial en la oferta exportable costarricense, mediante la diversificación de productos hacia el mercado de España.

Antecedentes

Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Alzamora (2018) con el tema *Perfil de los productores de papa del Centro Poblado Llaucan para fines de exportación, 2018*, la realiza para la Universidad César Vallejo y opta por el grado académico de licenciado en Negocios Internacionales. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Determinar los factores del perfil del productor que contribuyen en el desarrollo de producción de papa con fines de exportación en el Centro Poblado Llaucan en el periodo 2018» (Alzamora, 2018, p. 27).

Además, cuenta con los siguientes objetivos específicos:

Determinar si el factor psicológico contribuye en el desarrollo de la producción de papa con fines de exportación del Centro Poblado Llaucan en el periodo 2018.

Determinar si el factor socio cultural contribuye en el desarrollo de la producción de papa con fines de exportación del Centro Poblado Llaucan en el periodo 2018.

Determinar si el factor gerencial contribuye en el desarrollo de la producción de papa con fines de exportación del Centro Poblado Llaucan en el periodo 2018 (Alzamora, 2018, p. 27).

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual mediante el uso de la entrevista procura responder al problema. Además, el diseño de una investigación es un plan ejecutado para recabar información que es base para el desarrollo de esta, este documento utiliza los diseños de teoría fundamentada, exploratoria y aplicada.

Se obtiene la siguiente conclusión, lo que da respuesta al objeto de estudio de la investigación:

Se presenta [sic] falencias en los aspectos tecnológicos, de innovación, de capacitación y de solvencia económica; por lo cual es indispensable la ayuda del estado a través de capacitaciones, créditos agrícolas y asesoramiento técnico especializado para elevar el valor de los cultivos y aprovechar ese potencial exportador que existe en la zona, beneficiando directamente a los productores y pobladores (Alzamora, 2018, p. 42).

Para la conclusión anterior se recomienda que el Estado tenga presencia tangible en el Centro Poblado de Llaucan y que promueva la mejora de los procesos productivos agrícolas, a través de innovación tecnológica y maquinarias, que es importante para potenciar el producto. Por otro lado, se insta al Estado a brindar capacitaciones en materia de exportaciones y temas gerenciales.

Esta tesis consultada evidencia la importancia que tiene la tecnología e innovación cuando se exporta. Además, es importante la inversión para mejorar los procesos productivos agrícolas y mejores maquinarias. Esto ayuda en gran medida a potenciar el producto y que este llegue a mercados internacionales de la mejor manera, así como a obtener mejores beneficios al realizar la exportación.

La segunda tesis internacional consultada es la de Ávila (2018) con el tema *Plan de negocios para la producción e introducción de la masa de pan de yuca congelada en el mercado alemán*, para la Escuela de Negocios y opta por el grado académico de Ingeniería Comercial con Mención en Administración de Empresas. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Estudiar la factibilidad en términos comerciales y rentables de producir, exportar y comercializar el tradicional pan de yuca ecuatoriano desde el cantón Santo Domingo Ecuador hacia Hamburgo Alemania» (Ávila, 2018, p. 3).

Además, tiene los siguientes objetivos específicos:

Analizar el entorno de la industria de producción nacional y de comercialización extranjera mediante el uso del análisis PEST, PORTER que evidencien las oportunidades y amenazas del plan de negocios.

Establecer un criterio que sustente la selección del mercado alemán para la implementación del presente proyecto.

Reconocer los atributos, canales de distribución, preferencias e intenciones de compra del mercado propuesto, mediante un análisis de mercados enfocado en el consumidor final (Ávila, 2018, p. 3).

La metodología que se emplea es la mixta, la cual mediante el uso de encuestas y entrevistas procura responder al problema. Se obtiene la siguiente conclusión, las condiciones para hacer negocios en Alemania son óptimas, ya que el país muestra solidez y una tendencia por consumir productos internacionales y existe un acuerdo con la Unión Europea que es beneficioso. Se recomienda que el producto cuente con certificaciones de calidad y que se promocióne por redes sociales (Ávila, 2018).

El documento consultado aporta, ya que indica las oportunidades de mercado que tiene el pan de yuca en Alemania y la importancia que tiene para este tipo de consumidores europeos que los productos cuenten con certificaciones de calidad y que sean promocionados por redes sociales. Todos estos son puntos por tomar en cuenta si se desea ingresar a esta clase de mercados.

La tercera tesis internacional consultada es la de Bermúdez y Salazar (2018) con el tema *Plan exportador de harina de yuca refinada mediante encadenamiento productivo para la sustitución de cultivos ilícitos en la región sur de Bolívar*, para la Universidad Autónoma de Bucaramanga y opta por el grado académico de profesional en Negocios Internacionales. Esta investigación tiene el siguiente objetivo general: «Desarrollar un plan exportador de harina de yuca refinada, como propuesta para la sustitución de cultivos ilícitos; en los municipios de Santa Rosa del Sur, San Pablo, Simití y Morales, en el Sur de Bolívar» (Bermúdez y Salazar, 2018, p. 9).

Además, cuenta con los siguientes objetivos específicos:

Analizar los factores económicos, ecológicos, legales, sociopolíticos, geográficos, y tecnológicos en Santa Rosa del Sur, San Pablo, Morales y Simití.

Analizar las características generales del cultivo de yuca en los municipios del sur de Bolívar.

Realizar una inteligencia de *marketing* internacional, que determine el mercado ideal para la exportación de harina de yuca refinada desde los municipios del sur de Bolívar.

Describir el proceso de transformación de yuca en harina de yuca con calidad de exportación en una planta procesadora (Bermúdez y Salazar, 2018, p. 9).

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, la yuca es el cuarto producto básico más importante después del arroz, el trigo y el maíz. Además, se necesita mejorar las necesidades básicas insatisfechas para estos municipios en temas de educación, acueductos, infraestructura y demás, ya que no se puede generar competitividad.

Para lo anterior, se recomienda la investigación de este sector, ya que existe falta de información de mercado, desconocimiento del potencial de productos derivados de la yuca y falta de recursos para el proceso de transformación. Seguidamente, la presente tesis consultada es de relevancia, pues indica que la yuca es de los productos básicos más importantes y que para que pueda competir en otros mercados se deben solucionar problemas locales en esos municipios en temas de infraestructura, acueductos, educación, entre otros.

La cuarta tesis internacional consultada es la de González (2019) con el tema *Viabilidad para el desarrollo de un plan de negocio para la comercialización de la yuca a China*, la realiza para la Fundación Universidad de América y opta por el grado académico de especialista en Gerencia de Empresas. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Determinar la viabilidad para el desarrollo de un plan de negocio para la comercialización de la yuca a China» (González, 2019, p. 18).

Seguidamente, se mencionan los objetivos específicos:

Analizar el comportamiento mundial de la yuca.

Definir las características de la oferta de la yuca en Colombia.

Realizar una inteligencia de mercados con el fin de identificar posible oferta y demanda del mercado.

Describir la logística para la exportación teniendo en cuenta el empaque, el transporte y sitios de destino en el mercado chino.

Determinar la viabilidad financiera del plan de negocio (González, 2019, p. 18).

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio de la investigación:

La diferencia entre el volumen de exportación de yuca de los principales competidores con respecto a Colombia es muy grande, esto debido a diferentes factores, como el desconocimiento del potencial de mercado, la falta de apoyo del gobierno colombiano y el problema del rendimiento y área sembrada de yuca en Colombia (González, 2019, p. 57).

Para lo anterior, se recomienda:

Realizar proyectos de investigación sobre como tecnificar y automatizar el proceso de cultivo de la yuca, ya que este es un pilar muy débil en la cadena de procesos, y repercute en problemas de rendimiento y así mismo en valores más elevados para el precio del kilogramo de yuca, lo que hace muy complicado competir en el mercado de exportación con otros países (González, 2019, p. 58).

La tesis consultada indica que en Colombia las capacidades de producción son bajas respecto a los principales competidores en el ámbito mundial. Esto por los siguientes factores que se dan en el mercado local: falta de apoyo del gobierno, problemas del rendimiento y de las áreas sembradas de yuca. Por estas razones, a Colombia se le dificulta poder competir internacionalmente.

La quinta tesis internacional consultada es la de Pinilla (2021) con el siguiente tema *La inserción al mercado alimentario de Costa Rica con la producción de tubérculos procesados del departamento de Boyacá-Colombia, el caso de la papa criolla*, la realiza para la Universidad Militar Nueva Granada y opta por el grado académico de Magister en Relaciones y Negocios Internacionales.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general:

Analizar el potencial de mercado de la papa criolla procesada en el departamento de Boyacá, Colombia como alternativa de desarrollo económico y social en pequeños productores para la inserción de este producto a Costa Rica en un contexto de globalización (Pinilla, 2021, p. 21).

Asimismo, los objetivos específicos son:

Analizar el impacto de la globalización en América Latina y sus efectos en el intercambio comercial de productos agrícolas procesados como la papa criolla a Costa Rica en un contexto actual.

Identificar los desafíos desde el factor económico, social y ambiental en la inserción de la papa criolla procesada a Costa Rica.

Establecer un diagnóstico para construir recomendaciones como alternativa de desarrollo económico y social en pequeños productores en el departamento de Boyacá Colombia para la inserción de este producto a Costa Rica (Pinilla, 2021, p. 21).

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los instrumentos: fuentes primarias como el análisis documental y las entrevistas y las siguientes fuentes secundarias: informes estadísticos, estudios sectoriales, estudios de pobreza, informes del Ministerio de Agricultura e informes de gobernación de Boyacá, procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio de la investigación:

La papa criolla procesada cuenta con posibilidades para ser exportada gracias a la calidad, variedad y facilidades de consumo, pero evidentemente la producción no responde a las condiciones de la demanda global; adicionalmente, un aspecto que las entidades estatales no han tenido en cuenta es que la investigación, y la inversión en esta área cada vez es más reducida (Pinilla, 2021, p. 97).

Para lo anterior, se recomienda:

Implementar una estrategia de reestructuración del sistema logístico, facilidades de acceso desde los centros de producción a los centros de comercialización, aeropuertos y puertos, para aumentar la productividad con economías de escala, bajar los costos de producción, y eliminar la intermediación en el proceso, con el fin de lograr mayor participación en el mercado, rentabilidad para los pequeños productores y lograr una ventaja comparativa sostenible (Pinilla, 2021, p. 99).

Con lo expuesto, esta tesis es de relevancia para la investigación, ya que se concluyó sobre la importancia de que el tubérculo papa criolla pueda cumplir con una producción adecuada y

satisfacer la demanda internacional, pues un producto puede ser atractivo y con calidad. Pero, también es de vital importancia que pueda contar con la investigación y la inversión necesarias, para destacar ante otros productos.

La sexta tesis internacional consultada que aporta para la investigación es la de Oto (2021) con el tema *Plan estratégico para la exportación de la malanga hacia el mercado europeo por parte de la Empresa AVILENTER S.A.*, la realiza para la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG) y opta por el grado académico de Magíster en Negocios Internacionales.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Establecer un plan estratégico que contribuyan al proceso de exportación de la malanga de Ecuador hacia Europa por parte de la empresa AVILENTER S.A., el cual a su vez permita hacer frente a las limitaciones arancelarias y no arancelarias» (Oto, 2021, p. 5).

Los objetivos específicos son los siguientes:

Determinar los procesos actuales para la exportación de la malanga hacia el mercado de Europa.

Identificar factores que incremente las exportaciones de la malanga de Ecuador hacia Europa.

Evaluar los criterios de los trabajadores vinculados a los procesos de exportación de la empresa AVILENTER S.A. con relación a su perspectiva sobre las limitaciones arancelarias y no arancelarias.

Diagnosticar el mercado de la malanga en el mercado europeo, centrado en la demanda actual, precios y los proveedores de los países que exportan este producto por medio de un proceso de *benchmarking* (Oto, 2021, pp. 5-6).

La metodología que se emplea es la cualitativa y cuantitativa. Mediante el uso de la cualitativa se hace la recolección de datos, utilizando la entrevista como herramienta. La metodología cuantitativa hace referencia a los datos numéricos y estadísticos, con lo anterior se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio:

La elaboración del presente plan ha consistido en un proceso que propone la generación de estrategias que permitan incrementar la actividad exportadora sin complicaciones y con varias tareas para que la inserción a los países europeos pueda

ser efectiva, lo cual debe requerir de una inversión, compromiso y gestión; así como de una actualización constante en base a las nuevas exigencias de los mercados, de los clientes y amenazas de los competidores (Oto, 2021, p. 73).

Para lo anterior, se recomienda:

Planificar capacitaciones constantes para los trabajadores de la empresa con la finalidad de obtener y actualizar conocimientos con relación a la gestión del proceso de exportación en países internacionales, sobre todo los del mercado europeo que son más exigentes, el aprovechamiento de las tecnologías disruptivas y la forma de generar más ventas para la empresa (Oto, 2021, p. 75).

Este tema representa un aporte importante, ya que indica que para una inserción adecuada del tubérculo malanga a países europeos es necesario cumplir con varios puntos en el mercado local como buena inversión en el sector, compromiso y siempre mantenerse en constante actualización de las nuevas exigencias que presentan los mercados y las amenazas que se puedan presentar de nuevos competidores.

La séptima tesis internacional consultada es la de Barbosa y Rueda (2021) con el tema *Análisis de oportunidades para la exportación de productos elaborados a base de yuca producidos en el departamento de Santander, Colombia para mercados de países latinoamericanos*, la realiza para la Universidad Santo Tomás, Bucaramanga y opta por el grado académico de Profesional en Negocios Internacionales.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Analizar las oportunidades en los mercados latinoamericanos para la exportación de productos alimenticios a base de yuca elaborados en Santander, Colombia» (Barbosa y Rueda, 2021, s. p.).

Además, se mencionan los siguientes objetivos específicos:

Diagnosticar la situación actual del sector productivo de la yuca en el departamento de Santander, Colombia.

Seleccionar mercados potenciales de América Latina para la exportación de productos alimenticios elaborados a base de yuca.

Analizar el comportamiento y tendencias de consumo de productos alimenticios a base de yuca en los mercados potenciales.

Identificar los requerimientos que debe tener el producto para poder ser exportado y los requisitos de ingreso a los mercados potenciales.

Diseñar la cadena logística para el transporte del producto al mercado seleccionado (Barbosa y Rueda, 2021, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa y cuantitativa, ya que busca analizar el comportamiento del mercado y, por otro lado, determinar en números cómo se encuentra el sector productivo, mediante el uso de los siguientes instrumentos: estadísticas y estudios para obtener datos de producción de yuca en el departamento de Santander. Con lo anterior, se procura responder al problema de investigación (Barbosa y Rueda, 2021).

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, la mejor opción de acceso a un mercado internacional es México por la frecuente alimentación y gastronomía, principalmente se demostró el interés por pan de yuca congelado por ser un producto saludable y práctico. Para Lograr lo anterior, se recomienda coordinar la logística de exportación siguiendo la cadena de transporte de frío para garantizar que el producto llegue en óptimas condiciones a su destino.

Esta tesis consultada muestra la gran variedad de productos que se pueden elaborar a partir del tubérculo yuca. Además, se evidencia la falta de conocimiento en Colombia para llevar a cabo los procesos logísticos y el tema de certificaciones. Por lo tanto, es importante investigar para aumentar y mejorar los procedimientos de exportación de la yuca que tiene potencial de ser internacionalizada.

La octava tesis internacional consultada es la de los autores León y Galvis (2022) con el siguiente tema *Plan de marketing internacional para exportación de yuca desde República Dominicana hacia los Estados Unidos de América*, dicha tesis se realiza para la Universidad Autónoma de Occidente y opta por el grado académico de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Diseñar un plan de Marketing Internacional para la empresa Asayma dominicana con el fin de promover las exportaciones de la Raíz de Yuca (*Manihot esculenta*) desde la República Dominicana hacia Estados Unidos, ganando mayor participación en el mercado agrícola» (León y Galvis, 2022, s. p.).

Además, se proponen los siguientes objetivos específicos:

Un análisis interno y externo de la empresa objeto de estudio y del sector agrícola, con el fin de identificar acciones de mejora que deben incorporarse a los diferentes procesos de *marketing* de la organización.

Identificar las principales variables políticas, económicas y sociales, de la categoría de mercado del país destino, con el fin de identificar la posible oferta y demanda del sector.

Analizar los principales procesos de la oferta exportable como: segmento y ventajas competitivas, con la finalidad de definir estrategias de crecimiento, posicionamiento y competitividad y establecer las acciones estratégicas de *marketing*, con el fin de diseñar operaciones de la mezcla de mercadeo requeridas para asegurar los resultados esperados (León y Galvis, 2022, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa esto teniendo en cuenta el tipo de datos e información recolectada, esta se consiguió mediante el uso de fuentes primarias como la observación y entrevista, además, fuentes secundarias como plataformas académicas y gubernamentales. Con lo anterior, se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio los productos agrícolas tienen gran acogida en el ámbito mundial. Sin embargo, debido a que son productos básicos y materias primas, sus márgenes no son muy altos. Por lo tanto, para agregarle valor a este tipo de productos resulta necesario mejorar los procesos de cultivo, para convertir el producto en uno orgánico por el cual se puede cobrar más (León y Galvis, 2022).

Para lo anterior, se recomienda a la empresa Asayma dominicana que pueda tomar en cuenta la posibilidad de exportar yuca congelada, debido a que es la presentación más frecuente y que llama la atención entre las personas consumidoras más grandes. Esto puede significar una oportunidad y, a la vez, permite diversificar la oferta en los mercados internacionales, además de que eleva el valor del producto.

Esta tesis consultada es de relevancia, ya que se concluye que los productos agrícolas, en este caso la yuca, tienen gran acogida en el ámbito mundial. Pero, resalta la importancia de siempre enfocarse en que un producto pueda sobresalir ante otros agregándole valor, para que se comercialice de la mejor manera y genere ingresos económicos para el país mediante una exportación adecuada.

Nacionales

La primera tesis nacional consultada es la de Navarro (2018) con el tema *Estrategias mercadológicas que aplican las PYMES costarricenses para el ingreso al mercado español en el I cuatrimestre del 2019*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Analizar las estrategias mercadológicas que aplican las PYMES costarricenses para el ingreso al mercado español en el I cuatrimestre del 2019» (Navarro, 2018, s. p.).

Los objetivos específicos son los siguientes:

Identificar las principales estrategias mercadológicas que actualmente aplican las PYMES nacionales para su incursión al mercado español.

Determinar los beneficios que la implementación de estrategias mercadológicas le traería a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) costarricenses para incursionar en mercados internacionales como el de España (Navarro, 2018, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa, mediante el uso de las entrevistas realizadas a sujetos exportadores y a quienes tienen que ver con el comercio internacional, así como otras fuentes de consulta como artículos de publicaciones periódicas, tesis recientes, testimonios de expertos y páginas de Internet. Con lo anterior se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio:

Las estrategias mercadológicas son facilitadores para las PYMES en términos de posicionamiento de mercados, por lo que actualmente las grandes y medianas empresas nacionales tienen relaciones comerciales con España. Por tanto, finalmente se puede afirmar que si existen negociaciones con este mercado y uno de los beneficios corresponde a la gran aceptación de este mercado por los productos nacionales (Navarro, 2018, s. p.).

Para lo anterior, se recomienda a las pequeñas y medianas empresas imitar y utilizar las estrategias mercadológicas que implementan compañías costarricenses que actualmente mantienen negociaciones con España. Esto genera mayor confianza para los compradores debido a que están

acostumbrados a realizar los negocios de una manera determinada, la cual ha producido resultados positivos.

Con lo expuesto, esta tesis brinda información importante para el proyecto, ya que se enfoca en las estrategias mercadológicas para que las empresas costarricenses ingresen al mercado español y estas ayudan al posicionamiento de mercados. Además, el proyecto investigativo evidencia la gran aceptación del mercado de España por los productos costarricenses.

La segunda tesis nacional consultada es la de Quirós (2018) con el tema *Elaboración de un plan de exportación de yuca hacia un potencial mercado identificable*, la realiza para la Universidad Latina y opta por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Diseñar un plan de exportación de yuca, para la finca La Chila, que considere estrategias de internacionalización, para obtener rentabilidad de la producción de sus cosechas, para el II cuatrimestre, 2018» (Quirós, 2018, p. 9).

Los objetivos específicos son los siguientes:

Identificar las condiciones de producción con que cuenta la finca,.

Estudiar el entorno global en el cual participaría La Chila, considerando sus variables de microempresa.

Determinar los posibles costos de internacionalización necesarios para trasladar las mercancías de interés.

Evaluar las técnicas y herramientas actuales de comercio internacional, que permitan adaptarse al plan objeto de diseño (Quirós, 2018, p. 9).

La metodología que se emplea es la cualitativa y cuantitativa, mediante el uso de información cruzada de diferentes entes, empresas u organizaciones, libros físicos y tesis consultadas, así como portales en línea, libros digitales y páginas de Internet de entes de interés como Procomer o Comex, también consultas virtuales de precios en línea de compañías vendedoras del bien objeto de interés. Con lo anterior se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, no existe ninguna facilidad adicional para todas aquellas microempresas que se dedican a la exportación de yuca, en comparación con las grandes empresas, en tema de gestión o tramitología de permisos ante las debidas instituciones, lo que ocasiona atrasos. Para lo anterior, se recomienda al SFE, ente del Estado, revisar sus procedimientos actuales de tramitología de notas técnicas y considerar una

alternativa de simplificación para agilizar los procesos y los tiempos, pues las pequeñas organizaciones son más vulnerables al fracaso empresarial e igual que las grandes compañías aportan al crecimiento de la economía del país (Quirós, 2018).

El análisis estudiado representa un aporte para la investigación actual, ya que indica que en Costa Rica las microempresas que se dedican a la exportación de yuca presentan diversas barreras en temas de tramitología de permisos ante las debidas instituciones. Este es un tema de relevancia cuando se desea potencializar en el ámbito comercial un producto, por ende, se deben tomar medidas para que dicho producto se pueda exportar sin problemas o atrasos al mercado elegido.

La tercera tesis nacional consultada es la de Madriz (2021) con el tema *Oportunidades comerciales del tren eléctrico limonense de carga (Telca) en el comercio internacional para el sector de tubérculos de la provincia de Limón con miras a las exportaciones en el primer semestre del 2021*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Analizar las posibles oportunidades de comercio internacional que ofrece el Tren Eléctrico Limonense de Carga al sector exportador» (Madriz, 2021, s. p.).

Además, se tienen los siguientes objetivos específicos:

Estudiar las oportunidades comerciales que ofrece el Tren Eléctrico Limonense de Carga para el sector exportador de tubérculos de la provincia de Limón.

Explicar el enlace del tren con las zonas de exportación de tubérculos de la provincia de Limón para aprovechar las oportunidades comerciales que traerá este proyecto (Madriz, 2021, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa, por medio del uso del cuestionario y la entrevista. En esta investigación las preguntas que se plantearon son abiertas, ya que el estudio obedece a un enfoque cualitativo. De esta manera, se tiene la premisa de recopilar la mayor cantidad de información, con lo anterior se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, de darse la implementación del proyecto Telca sería un gran aporte a las oportunidades comerciales para las exportaciones e importaciones del país por el trayecto ferroviario que constituye el nuevo tren.

Estos son lugares donde se ubican más empresas de exportación de productos agrícolas como los tubérculos (Madriz, 2021).

Para lo anterior, se recomienda dar valor agregado a sus productos, de manera que la presentación sea variada y para diferentes usos para que cautive las exigencias del consumidor del mercado y tomar mayor posicionamiento. Además, se sugiere el uso del tren eléctrico amigable con el ambiente, para que sume al valor agregado del producto y así lograr una mayor competitividad en los mercados internacionales (Madriz, 2021).

Según lo estudiado, ese tema tiene relevancia porque este proyecto busca mejorar las exportaciones de tubérculos costarricenses, ya que al diversificar las opciones de transporte se pueden hacer mejoras en la logística y obtener un mayor margen de ganancia para vender a un precio más competitivo en los mercados internacionales. Esto beneficiaría al país al posicionarse con un transporte de alta calidad y tecnología.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Naranjo (2022) con el tema *El e-commerce como medio para la inserción del sector tubérculos al mercado de la Unión Europea en el primer semestre 2022*, para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Investigar el E Commerce como medio para la inserción del sector tubérculos al mercado de la Unión Europea en el I Semestre 2022» (Naranjo, 2022, s. p.).

Y los siguientes objetivos específicos:

El uso del *E-Commerce* y su importancia en el mercado europeo en el primer semestre 2022.

Determinar el segmento de mercado europeo destino de la exportación de tubérculos mediante el uso del *E-Commerce* y sus beneficios.

Determinar las estrategias de *E-Commerce* para la inserción del sector tubérculo al mercado de la Unión Europea (Naranjo, 2022, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa, mediante el uso de un cuestionario abierto se procura encontrar respuesta al problema de la investigación. Además, se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, el mercado electrónico ha crecido de manera significativa en la región europea, por ende, es necesario considerarlo como eje importante para la comercialización de tubérculos. Para lo anterior, se recomienda que los exportadores de

tubérculos se enfoquen en el producto y su calidad. Asimismo, con una asesoría correcta pueden crear estrategias de mercadeo digital necesarias para posicionar su marca en la región europea (Naranjo, 2022).

Este tema consultado se enfoca en los tubérculos costarricenses al mercado de la Unión Europea y sobre la importancia que tiene hoy en día la tecnología y el mercadeo digital. Además, de la relevancia que tiene busca enfocarse en la calidad del producto para una buena comercialización en esta zona, es decir, que el producto pueda sobresalir ante su competencia con cualidades que lo diferencien.

La quinta tesis nacional consultada es la de la autora Elizondo (2022) con el siguiente tema *Estudio logístico de exportación del sector tubérculos, producto yuca de la zona huetar norte hacia el mercado de Miami en el primer semestre del 2022*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Estudiar la logística de exportación del sector tubérculos, producto yuca de la Zona Huetar Norte hacia el mercado de Miami en el primer semestre del 2022» (Elizondo, 2022, s. p.).

Los objetivos específicos son los siguientes:

La tramitología para la exportación e ingreso de yuca hacia el mercado de Miami.

Investigar el proceso logístico requerido para la exportación de yuca al mercado de Miami.

Proponer una herramienta digital para los pequeños y medianos productores de yuca donde se minimice la participación de intermediarios hacia el mercado de Miami (Elizondo, 2022, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa, la entrevista es el instrumento que se utiliza en esta investigación, ya que permite recolectar los datos en comunicación directa con la persona mediante un cuestionario. Con lo anterior se procura responder al planteamiento del problema de este proyecto.

Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, el proceso logístico para la yuca al ser perecedera, debe seguir una línea de variables como coordinación desde la cosecha, elaboración de los documentos para evitar atrasos, el traslado a la empacadora para ser

transportada por una ruta viable ya establecida con cadena de frío, llegar al puerto marítimo más cercano, luego proceder con el embarque con la naviera que ofrece menor tiempo en tránsito al puerto en destino. Finalmente, esto permite que arribe en óptimas condiciones en su destino (Elizondo, 2022).

Para lo anterior, se recomienda al exportador costarricense de tubérculos en este caso la yuca, tomar en cuenta cada variable logística, ya que todas unificadas hacen posible que el producto llegue a su destino en las mejores condiciones posibles y siempre manteniendo la calidad. Lo anterior por medio de la toma de decisiones en cuanto al manejo de la mercancía y todos los factores que implica.

Este tema contribuye a la investigación, ya que muestra un estudio logístico de exportación del sector tubérculos enfocado en la yuca de manera completa. Este evidencia los principales puntos del proceso logístico que se lleva a cabo en Costa Rica al ser la yuca un producto perecedero y que de esta forma pueda llegar hasta el punto de destino en las mejores condiciones, sin sufrir el producto ningún daño.

La sexta tesis nacional consultada es la de Castro (2023) con el tema *Desarrollo de comercio sostenible con miras a la exportación de yuca al mercado de Singapur en 2023-2024*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Licenciatura en Comercio Internacional. En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Explicar el impacto económico del Desarrollo de Comercio Sostenible en la economía costarricense, con miras a la exportación de yuca al mercado de Singapur en 2023-2024» (Castro, 2023, s. p.).

Los objetivos específicos son siguientes:

Los métodos de desarrollo sostenible utilizados por las empresas costarricenses para la producción de yuca en el 2023-2024.

Identificar los desafíos en el desarrollo sostenible para las empresas productoras de yuca en el 2023-2024.

Estudiar las oportunidades comerciales que tienen las empresas costarricenses productoras de yuca para exportar a Singapur a partir de las prácticas de desarrollo de comercio sostenible utilizadas en el 2023-2024 (Castro, 2023, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa, mediante el uso de la entrevista se procura responder al problema de investigación. Se menciona como conclusión la oportunidad que tiene el

país con la experiencia en exportación de yuca y que es de los países *top* en venta en el ámbito mundial. Por lo tanto, ya se tiene una ruta trazada y se conocen los parámetros de desarrollo sostenible en diferentes países (Castro, 2023).

Para lo anterior, se recomienda que las empresas sean innovadoras en la producción, lo que genera un valor agregado y diferenciado en sus productos, así se puede ser mucho más competitivo y hacer que el consumidor quiera sus productos y no los de la competencia. Es por eso por lo que esta tesis consultada aporta para la investigación, ya que indica que Costa Rica es un país con experiencia en la exportación de yuca ubicándose entre los países *top* en venta en el ámbito mundial. Además, es importante que las compañías se enfoquen en la diferenciación del producto y generar valor agregado para sobresalir ante la competencia (Castro, 2023).

La séptima tesis nacional consultada es la de Elizondo (2023) con el tema *Análisis de la ventaja competitiva en la logística de exportación de yuca de la región Huetar Norte hacia el mercado estadounidense en 2023*, para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Licenciatura en Comercio Internacional con énfasis en gestión aduanera.

En esta investigación se plantea el siguiente objetivo general: «Analizar la ventaja competitiva en la logística de exportación de yuca de la región Huetar Norte hacia el mercado estadounidense en el 2023» (Elizondo, 2023, s. p.).

Los objetivos específicos son:

Cuáles son los impactos que generarían competitividad en los exportadores de yuca de la región Huetar Norte.

Estudiar las mejoras en la optimización de la ventaja competitiva de los exportadores de yuca de la región Huetar Norte.

Describir los posibles beneficios que representarían para los exportadores de yuca de la región Huetar el uso de los factores logísticos como ventaja competitiva en sus exportaciones (Elizondo, 2023, s. p.).

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual mediante el uso de cuestionario y entrevista procura responder al problema de investigación. Se obtiene la siguiente conclusión para responder al objeto de estudio, el sector exportador de yuca tiene muchos beneficios que sabe aprovechar. Además, se enfrentan a distintos retos que viven alrededor de la logística para el crecimiento (Elizondo, 2023).

Para lo anterior, se recomienda al exportador tomar en cuenta factores logísticos que no haya incluido en sus procesos, por ejemplo, el monitoreo de las unidades de transporte, mejora en la forma en la que se da seguimiento al servicio al cliente, la capacitación a lo interno en la empresa para detectar fallos en la trazabilidad, la búsqueda de herramientas que sirvan para el control, desde inventarios hasta envíos. Todo esto para una optimización en la cadena de suministros para destacar en el mercado y conseguir la fidelización de los clientes (Elizondo, 2023).

Este tema tiene relevancia para la investigación porque analiza la ventaja competitiva en la logística de exportación de yuca de la región Huetar Norte, donde se produce la mayor cantidad de yuca en el país. Además, brinda una serie de recomendaciones a los exportadores para que las tomen en cuenta y las puedan implementar en sus procesos para destacar en el mercado internacional y lograr la fidelización de los clientes.

Proyecciones

- Primero, se investiga cuáles son las cualidades diferenciadoras que presenta la yuca costarricense. Esto para obtener información sobre las ventajas que tiene dicho producto que la pueda hacer competitiva frente a otros mercados, ya que no solo se trata de exportar, sino buscar que los productos se puedan diferenciar para que incursionen de la mejor manera, tanto en el mercado español como en otros posibles mercados.
- Se identifican las oportunidades de mejora que tiene el sector productivo de la yuca costarricense. Este punto es un gran aporte para el sector, ya que ayuda a que se identifiquen los puntos que tiene por mejorar en temas de incorporación de tecnologías, innovación, costos e industrialización del producto que le permita al sector potenciarse en el ámbito comercial y exportar al mercado de España sin ningún problema.
- Además, se determinan las consideraciones logísticas de la exportación de yuca costarricense hacia el mercado de España, ya que al exportar a un mercado internacional se debe cumplir con varios aspectos que es necesario considerar con anticipación. Por ejemplo, empaque, embalaje, requisitos que deben cumplirse, transporte internacional, entre otros elementos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Comercio internacional

El comercio internacional ha sido fundamental a través de los años para el crecimiento económico y social de un país, mediante el intercambio de bienes. Al respecto, López (2018) menciona que: «El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo» (párr. 1). Con lo anterior, el intercambio comercial es de gran beneficio para los países al acceder a una mayor variedad de bienes y servicios.

Además, el comercio internacional permite que los países se especialicen en la producción de bienes y servicios en los que tengan una ventaja comparativa y luego intercambiarlos con otros países por productos que no pueden producir eficientemente en el mercado local. De acuerdo con López (2018) el comercio internacional es importante para el crecimiento económico global:

El comercio internacional se considera una parte muy importante del crecimiento económico global. Su nacimiento surge por la incapacidad de producir todo lo que una economía necesita para desarrollarse. No todos los países tienen todos los bienes, y aunque los tengan, no todos tienen todos los bienes de la mejor calidad. Su desarrollo implica muchos beneficios para la economía y su crecimiento (párr. 11).

De acuerdo con lo expuesto, el comercio internacional se considera una parte fundamental, ya que ayuda al desarrollo económico y social de los países. Además, permite el intercambio de bienes y servicios entre diferentes naciones, lo cual aumenta la producción y la eficiencia al aprovechar las ventajas comparativas de cada país, porque no todos tienen bienes de la mejor calidad.

Comercio Internacional de yuca

De acuerdo con Alpízar (2020), respecto al comercio internacional de la yuca:

Países como Tailandia, Camboya o Vietnam los cuales tienen una alta participación a nivel mundial en las exportaciones, presentan valores USD/TM muy bajos dado que el producto es asociado con variedades amargas que tienen alto rendimiento, un mayor volumen de comercialización y cuyo uso es principalmente la alimentación animal. En el caso de CR el enfoque es para consumo humano y por lo tanto el valor unitario es más alto al igual que Colombia y Ecuador (p. 9).

Ilustración 1: Principales exportadores de yuca 2019

Exportador	Part. en valor 2019	Millones de USD 2019	Miles de TM 2019	Valor Unitario USD/TM 2019	Principal mercado 2019
1.Tailandia	50%	528	2.415	219	China (99%)
2.Camboya	19%	206	1.564	132	China (75%)
3.Costa Rica	9%	96	109	876	Estados Unidos (61%)
4.Lao	9%	92	715	128	Tailandia (81%)
5.Viet Nam	7%	76	370	206	China (57%)
6.Holanda	2%	16	10	1.568	Alemania (31%)
7.Honduras	1%	5	3	1.867	Estados Unidos (99%)
8.Ecuador	0%	5	6	832	Estados Unidos (93%)
10.Nicaragua	0%	3	6	524	El Salvador (74%)
17.Colombia	0%	1	1	1.521	Estados Unidos (91%)
20.Perú	0%	1	2	322	Chile (94%)
Otros	2%	22	39	558	
Total	100%	1.057	5.243	202	

Fuente: Alpízar (2020).

De acuerdo con la tabla anterior, se pueden observar los principales exportadores de yuca para el año 2019, en el primer puesto Tailandia, en el segundo puesto Camboya y en el tercer puesto

Costa Rica. Lo que indica que nuestro país cuenta con una alta participación en las exportaciones internacionales de yuca, donde el mercado principal es Estados Unidos, pero también se encarga de abastecer otros mercados internacionales.

Sector agrícola de Costa Rica

El sector agrícola de Costa Rica es amplio y de gran variedad, es por eso por lo que representa una parte importante de la economía costarricense. De acuerdo con Zelaya (2022) indica sobre el sector agrícola:

En Costa Rica el sector agrícola representa alrededor del 7% del PIB. Este porcentaje lo componen unas 673 empresas, las cuales exportan 440 productos distintos a 105 destinos de exportación. El ingreso de dicha actividad se calcula en un total de US\$3.176 millones de dólares producto de dicho sector (párr. 1).

Además, el mismo autor añade la siguiente información respecto al sector agrícola de Costa Rica:

La principal autoridad gubernamental que regula el sector agrícola es el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), así como sus dependencias. El MAG lidera el Concejo Nacional Sectorial Agropecuario, organización que también fortalece la regulación del sector. Asimismo existen los Comités Sectoriales Regionales Agropecuarios que representan las ocho regiones de producción del país (Zelaya, 2022, párr. 4).

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) (2021) indica sobre las exportaciones del sector agrícola de Costa Rica que: «Empresas exportadoras. \$128,5 millones

USD en valor anual de exportaciones. o Estados Unidos (56%), Holanda (16%) y España (6%) son los principales mercados de exportación» (p. 1). Lo anterior evidencia los tres mercados primordiales a los que los costarricenses dirigen su oferta agrícola.

Además, el sector agrícola de Costa Rica cuenta con un gran reconocimiento en el ámbito internacional. De acuerdo con Procomer (2023):

El sector agrícola de Costa Rica tiene un gran reconocimiento internacional debido a factores como la diversidad de la oferta y la calidad de los productos frescos que se exportan, que nos ha permitido posicionarnos en mercados internacionales como un proveedor de excelencia. Costa Rica es reconocida como país exportador de piña #1 del mundo (2021, Trademap), proveedor #1 de raíces y tubérculos en Estados Unidos y ocupa el puesto #5 en la Unión Europea (2021, Trademap), entre otros (párr. 3).

Según la información anterior, el sector agrícola de Costa Rica es importante para el país, cuenta con una oferta amplia y diversa de productos que se exportan alrededor del mundo y que, además, son reconocidos internacionalmente por su calidad. Reconocimiento que se traduce en empleo y en el bienestar de muchas regiones del país especialmente para aquellas que se dedican a actividades agrícolas.

Sector tubérculos

De acuerdo con la OCDE/FAO (2020) las raíces y los tubérculos son:

Las raíces y los tubérculos son plantas que producen almidón, bien sea derivado de sus raíces (por ejemplo, yuca o mandioca, camote y ñame) o de sus tallos (por ejemplo, papas y malanga o taro). Se les destina sobre todo para consumo humano

(en forma natural o procesada) y, al igual que la mayoría de los demás cultivos básicos, pueden también emplearse como forraje animal o para procesamiento industrial, en especial para la producción de almidón, alcohol y bebidas fermentadas (p. 241).

El sector de tubérculos de Costa Rica se ha ido posicionando alrededor del mundo y estos productos han destacado por sus beneficios. Al respecto, Procomer (2021) menciona que: «La mayoría de las raíces y tubérculos son buenas fuentes de potasio y contienen cantidades más bajas de sodio. Estos productos son una opción rica en carbohidratos y representan una alternativa para el consumo de productos libres de glúten [sic]» (p. 1).

De acuerdo con Román (2018), el sector de raíces y tubérculos es importante para Costa Rica, ya que representa una fuente de ingresos para el país:

El sector de raíces y tubérculos es de gran importancia socioeconómica para Costa Rica, constituyendo una importante fuente de ingresos. La yuca cuenta con una dimensión estratégica tanto para Costa Rica, como para toda la región, suponiendo una fuente alternativa para garantizar la seguridad alimentaria (p. 19).

Es importante mencionar que el sector de tubérculos en Costa Rica es diverso, ya que incluye productos como la yuca, ñame, ñampí, camote y jengibre. Los productos mencionados conforman la principal oferta del sector costarricense de tubérculos, los cuales se cultivan en diversas regiones del país para consumo en el mercado local y en mercados internacionales, lo que se traduce como una fuente relevante de ingresos económicos para Costa Rica.

Yuca

Román (2018) agrega la siguiente definición sobre la yuca:

La yuca (también conocida como mandioca, cassava, uacamote, aipi o macacheira, entre otros) es un tubérculo perteneciente a la familia Euphorbiaceae y está constituida por 7,200 especies diferentes que se utilizan principalmente para el consumo humano (directo e indirecto), la alimentación animal (harina y pellets) y la industria (plásticos, pieles, etc.) (p. 11).

La yuca es un producto agrícola que se cultiva en tierras costarricenses, con una enorme importancia, tanto en la economía como en la cultura. Monge (2020) agrega lo siguiente al respecto:

La yuca es un tubérculo de enorme importancia alimenticia, su capacidad para crecer en suelos áridos o erosionados, de escasa fertilidad con precipitaciones casuales o largos períodos de sequía, ha logrado que Costa Rica sea un lugar de cultivo adaptable, y gracias a ello las empresas exportadoras de yuca en Costa Rica ven con futuro de crecimiento en este producto (párr. 6).

Sobre la clasificación de la yuca, de acuerdo con Ulloa (2020) la yuca se puede clasificar en dos tipos:

La yuca se puede clasificar en dos tipos: amargas y dulces. Las amargas son las que tienen el mayor contenido de ácido cianhídrico (HCN) (> 50 mg/L), poseen un mayor rendimiento y una mejor calidad de almidón. Las dulces poseen bajas concentraciones de HCN y son las preferidas para el consumo humano (p. 58).

Variedades de yuca

Respecto a las variedades de yuca en Costa Rica, se cultivan varios tipos, las más destacadas son la *Valencia* y la *señorita*, las cuales se distinguen por sus características únicas y se emplean para propósitos diversos. El país dispone de una amplia gama de ofertas de este producto, tanto para satisfacer la demanda local como para abastecer los mercados internacionales. De acuerdo con Alpízar (2020), las variedades de yuca en Costa Rica:

En Costa Rica las variedades más producidas son la Valencia y la Señorita, sin embargo, existen otras variedades que son producidas en menor escala, como por ejemplo las variedades Mangí Brasileña y las de pulpa amarilla. La yuca dulce es la predominante (p. 8).

Valencia

La variedad de yuca Valencia es la más común en el territorio costarricense. Al respecto, Román (2018) menciona que: «La variedad más común, la Valencia, posee características especiales de sabor y textura que la hacen propicia para el parafinado, proceso que permite extender su vida útil y facilitar su exportación como fruta fresca (Meneses, 2007)» (p. 21). Al ser la más común, esta variedad es la que presenta mayor demanda, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Señorita

La variedad señorita es la segunda en el país con mayor producción. Al respecto, Ulloa (2020) menciona que: «Valencia es la que más se exporta tanto para parafinado como yuca congelada y en segundo lugar la variedad Señorita en menores cantidades y principalmente para congelado y la fabricación de hojuelas o chips» (p. 60). Seguidamente, el mismo autor indica lo siguiente: «La Señorita, tiene un periodo de oxidación muy corto, por lo que debe ser procesada o consumida muy rápido luego de la cosecha» (Ulloa, 2020, p. 60).

Valor agregado

Román (2018) indica lo siguiente sobre el valor agregado de la yuca en Costa Rica:

En la actualidad el máximo valor agregado de la yuca en Costa Rica es el parafinado y el empacado, donde en general, las empresas locales no son capaces de generar vínculos hacia delante y hacia atrás con otras empresas de la región (p. 25).

La vida útil de la raíz de yuca sin parafinar es corta, por ende, el parafinado le da valor agregado a la yuca y, a la vez, ayuda a alargar su vida útil. Además, el país cuenta con la capacidad de procesar la yuca y brindarle un mayor valor agregado a los productos, como harina de yuca, almidón de yuca, *snacks* y otros alimentos procesados. Lo anterior puede generar mayores ganancias en comparación con la venta de yuca fresca.

Ventaja comparativa

La ventaja comparativa es fundamental en el comercio internacional y se basa en que cada país o economía tiene una capacidad única para producir bienes o servicios de manera eficiente en términos de costos o recursos que otros. Además, destaca la importancia del intercambio comercial, ya que al aprovechar sus fortalezas cada país puede especializarse en la producción de lo que hacen mejor.

De acuerdo con Santos (2023), la ventaja comparativa:

Se relaciona directamente con el comercio internacional y sirve para referirse a los productos que un país puede producir, ya sea más barato o más fácil, que cualquier otro. Una nación con ventaja comparativa hace que la compensación valga la pena (párr. 4).

De acuerdo con Román (2018), la yuca es un producto que presenta una ventaja comparativa frente a otros cultivos:

La yuca presenta una ventaja comparativa frente a otros cultivos, como lo es su capacidad para crecer en suelos ácidos, de escasa fertilidad, con precipitaciones esporádicas o largos períodos de sequía (Aristizábal y Sánchez, 2007). Esta presencia extendida en la región entre pequeños productores, su gran rendimiento por hectárea y flexibilidad para la siembra y la cosecha (incluyendo su tolerancia a la sequía y a los suelos degradados) son ventajas interesantes para este proyecto (p. 11).

La yuca presenta una ventaja comparativa frente a otros cultivos, ya que cuenta con la capacidad de prosperar en suelos difíciles y resistir a condiciones climáticas adversas. Además, su alto rendimiento por hectárea y su flexibilidad en términos de siembra y cosecha ofrecen una base sólida para el éxito a largo plazo. Estas cualidades hacen que la yuca tenga ventaja comparativa en su producción.

Asimismo, Román (2018) indica lo siguiente sobre los diversos usos de la yuca y su potencialidad:

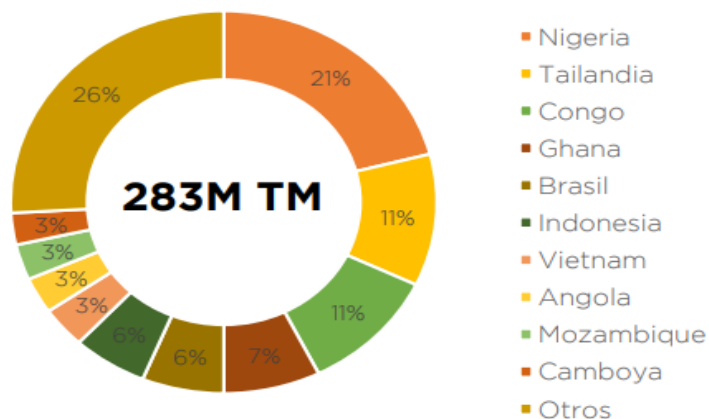
Se puede utilizar también como insumo para la extracción de almidón, a partir del cual es posible elaborar queso, tortas, cremas, espesantes y helados, entre otros subproductos alimenticios. En el sector de los medicamentos, el almidón es utilizado como vehículo o excipiente de pastillas, grageas y jarabes. En la química fina se utiliza principalmente para la obtención de sorbitol, manitol y dextrosa. En la industria papelera se utiliza como blanqueador de papel y aglomerante de fibras de celulosa en su fabricación (p. 11).

Entre los aspectos que le pueden proporcionar a Costa Rica una ventaja comparativa en la producción de yuca está la diversificación de los productos. La producción de yuca y sus derivados puede ayudar a diversificar la agricultura costarricense, lo que reduce la dependencia de cultivos tradicionales. Además, la yuca cuenta con diversos usos y un gran potencial en múltiples sectores, destacando su importancia en la economía y en la vida cotidiana.

Producción internacional de yuca

En el comercio internacional de la yuca, se pueden identificar los principales países productores de este tubérculo. Al respecto Alpízar (2020) menciona que: «Países como Nigeria, Tailandia y Congo tienen la mayor participación en cuanto a la producción mundial sin embargo esta producción en su mayoría es de yuca amarga para la alimentación animal» (p. 6). De acuerdo con la cita anterior, los países mencionados producen en su mayoría yuca amarga para alimentación animal.

Ilustración 2: Principales países productores de yuca 2018



Fuente: Alpízar (2020).

En el gráfico anterior se pueden observar los principales países productores de yuca para el año 2018, en el puesto número uno se encuentra Nigeria con un 21 %, Tailandia con un 11 % y en el tercer lugar Congo con un 11 %. Es importante destacar que en estos países que lideran la producción internacional de este producto en su mayoría se trata de yuca amarga para alimentación animal.

Producción costarricense de yuca

Román (2018) agrega lo siguiente respecto a la etapa de producción:

La primera etapa de producción de yuca consiste en la siembra y cosecha del producto, la cual en general, se realiza de forma artesanal sin una adecuada gestión del suelo lo cual puede resultar fundamental para mantener su sostenibilidad en el tiempo (Aristizábal, y Sánchez, 2007) (p. 21).

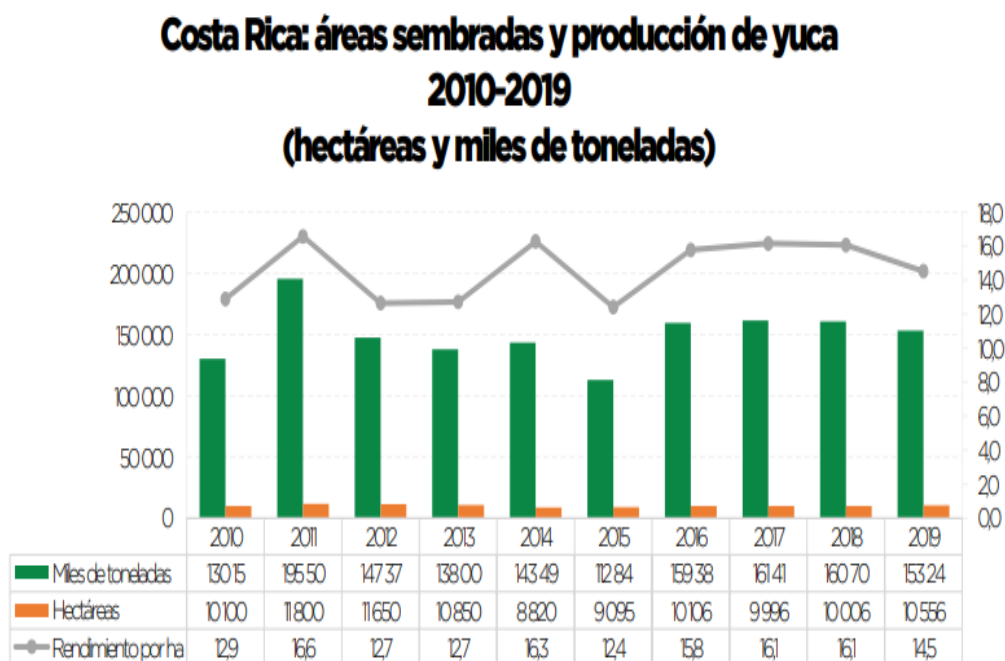
Además, el mismo autor indica lo siguiente sobre esta etapa de producción:

Durante la etapa de producción, la yuca se corta, se selecciona y separa de acuerdo a ciertos estándares de calidad (primera y segunda calidad) que determina su destino. La de primera calidad se exporta mientras que la de segunda calidad se comercializa en el mercado local con enormes diferencias de costo de venta entre ellos (Román, 2018, p. 21).

Ulloa (2020) indica lo siguiente sobre las áreas sembradas y la producción de yuca en el país:

Área sembrada de yuca del país en el período 2010-2019 ha crecido en promedio +0,5%. En 2019, la producción fue de 10 556 ha, la cual es similar a los niveles que se tenían en 2010. Para 2011 hubo un pico en la producción que alcanzó alrededor de las 195 500 toneladas (p. 59).

Ilustración 3: Áreas sembradas y producción de yuca 2010-2019



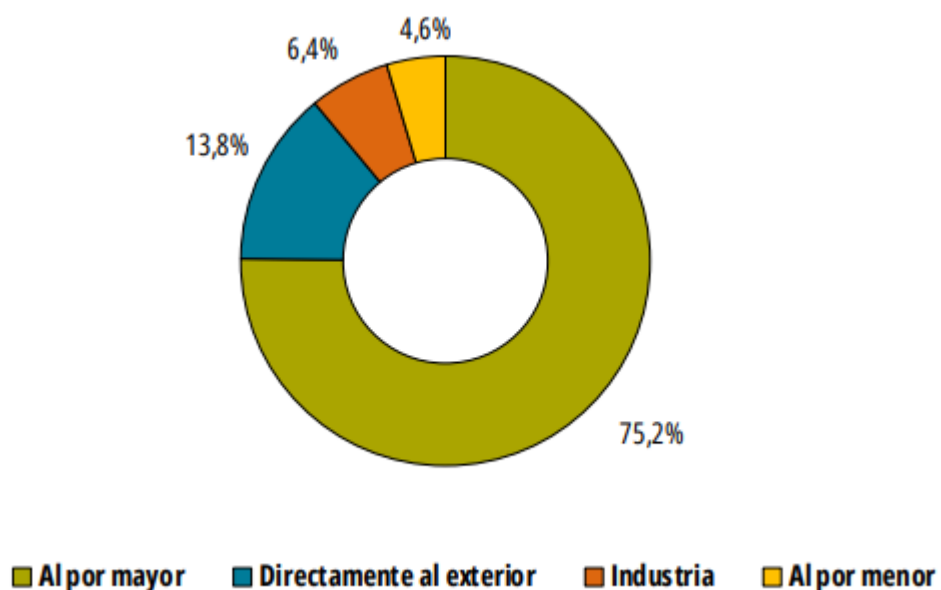
Fuente: Ulloa (2020).

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2022) brinda la siguiente información al respecto:

El área sembrada estimada fue de 9 115,6 hectáreas, de las cuales fueron cosechadas 8 567,2. La producción obtenida fue de 98 136,7 toneladas métricas; donde el

79,3 % fue para la venta y el 75,2 % destinado a la venta fue comercializado al por mayor (p. 47).

Ilustración 4: Distribución porcentual de la producción vendida de yuca, según destino 2021



Fuente: INEC (2022).

El gráfico adjunto muestra la distribución porcentual de la producción vendida de yuca de acuerdo con el destino para el 2021. Se observan los siguientes porcentajes: el 75.2 % pertenece al rubro al por mayor, el 13.8 % es el porcentaje de la producción de yuca que se dirige directamente al exterior, el 6.4 % al rubro de industria. Por último, el 4.6 % pertenece al porcentaje de yuca vendida al por menor.

Cosecha

Una cosecha tardía puede afectar la calidad de la yuca. Por lo tanto, hay que tomar en cuenta la variedad, la zona, considerar el uso y el mercado final. Al respecto el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA) (2021) menciona que: «Para la variedad Valencia, la edad óptima de cosecha se estima en diez meses y para la variedad Señorita, se estima en ocho meses (Mena, H. 2020)» (p. 54).

El mismo autor agrega la siguiente información respecto a la labor de la cosecha de la yuca:

La labor se puede realizar tanto de forma manual como mecánica y donde las condiciones climáticas (humedad óptima), el tipo de suelo (poco pesados), el método de siembra (en lomillo) y la posición de la semilla (inclinada o vertical) pueden llegar a facilitar el proceso de cosecha o en contraposición, llegarlo a dificultar (INTA, 2021, p. 55).

En la cosecha de la yuca hay factores por tomar en cuenta para mantener la calidad de esta. La variedad de yuca, la ubicación, el uso y las condiciones específicas del suelo y del clima desempeñan un papel importante para determinar el momento adecuado para la cosecha. Además, la elección entre métodos de cosecha manual o mecánica son consideraciones esenciales para garantizar una cosecha de alta calidad y satisfacer las demandas del mercado.

Insumos

INTA (2021) indica lo siguiente sobre los insumos de la producción de yuca:

Existen prácticas complementarias que el productor puede implementar que le permitirían disminuir la cantidad de insumos requeridos para el establecimiento de una hectárea de yuca. El mismo puede optar por sembrar cobertura vegetal de distintos tipos entre cada cama para disminuir la incidencia de malas hierbas, lo cual

tendría efectos sobre sus costos de producción al darse una disminución en el uso de agroquímicos: herbicidas, utilizados comúnmente en su control (p. 61).

Ilustración 5: Insumos para establecer una hectárea de yuca

Etapa	Días*	Insumos	Unidad	Cantidad	Costo total (c)
Encalado	3 (das)	Carbonato de calcio	Quintal	20	¢49.500
Curado semilla	1 (das)	Oxitetraciclina + sulfato de estreptomicina	Kilo	3	¢16.550
		Imidacloprid	Litro	3	¢27.000
		Oxicloruro de cobre	Kilo	3	¢16.550
Siembra		Estacas	Unidad	16.000	¢172.280
Preemergente	1 (dds)	Dinitroanilina - Pendimethalin	Litro	3	¢21.000
		Triazina - Atrazine	Kilo	3	¢9.200
Aplicación abono	40 (dds)	10-30-10	Saco	5	¢75.750
Aplicación foliar + insecticida	Mensualmente de manera intercalada	Metalosato	Galón	2	¢77.120
		Dimetoato	Litro	10	¢34.000
		Imidacloprid	Litro	3	¢78.000
Graminicida	60 (dds)	Haloxifop Metil	Litro	1,5	¢80.000
Herbicida entre calles		Paraquat	Litro	3	¢15.000
Cobertura	70 (dds)	Semilla de mucuna	Kilos	20	¢40.000
Aplicación de abono	95 (dds)	15-3-31	Saco	6	¢73.200
Total					¢785.150**

*das= días antes siembra; *dds= días después siembra

**Tipo de cambio (18/02/2021) 1 USD = ¢615,34

Fuente: INTA (2021).

De acuerdo con los datos en la tabla anterior, para el cultivo de yuca se necesita de diversos insumos en distintas etapas de la producción para un crecimiento adecuado del producto, es por esto por lo que los fertilizantes y agroquímicos son de gran importancia y necesarios para poder

controlar la maleza. Por lo tanto, se deben tomar en cuenta varios proveedores y así elegir lo mejor en calidad y precio.

Costos de producción

En los costos de producción de yuca es fundamental para el productor llevar una serie de registros, para llevar un control de todas las labores realizadas, por ejemplo, los insumos que se utilizan, así como los niveles de producción de sus siembras. Lo anterior le permite identificar al productor la rentabilidad y, posteriormente, tomar decisiones importantes en el negocio.

Ilustración 6: Costos de producción de una hectárea de yuca

Labores	Unidad	Cantidad	Costo unitario (¢)	Costo total (¢)
Preparación de terreno: arada, rastreada, alomillado.	HM	3	¢16.000	¢48.000
Encalado	Jornal	1	¢10.620,62	¢10.621
Corta de semilla	Jornal	9	¢10.620,62	¢95.586
Curado de semilla	Jornal	1	¢10.620,62	¢10.621
Siembra	Jornal	4	¢10.620,62	¢42.482
Aplicación pre-emergente	Jornal	1	¢10.620,62	¢10.621
Deshija	Jornal	2	¢10.620,62	¢21.241
Deshierba	Jornal	15	¢10.620,62	¢159.309
Aplicación abono	Jornal	2	¢10.620,62	¢21.241
Aplicación foliar + insecticida	Jornal	1	¢10.620,62	¢10.621
Aplicación gramínicida	Jornal	1	¢10.620,62	¢10.621
Aplicación herbicida	Jornal	1	¢10.620,62	¢10.621
Siembra de cobertura*	Jornal	2	¢10.620,62	¢21.241
Cosecha	Jornal	30	¢10.620,62	¢318.619
Cargas Sociales		11%		¢78.062
Total				¢889.505**

** Tipo de cambio (18/02/2021) 1 USD = ¢615,34

Jornal = 8 horas. Salario de peón agrícola para el 2020. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Cobertura utilizada = mucuna

Fuente: INTA (2021).

Según la información proporcionada en la tabla anterior acerca de los costos de producción, es evidente que existen diversas tareas esenciales para la preparación de una hectárea destinada al cultivo de yuca. Entre estas tareas destacan corta de semilla, la siembra deshierba y la cosecha, que son los principales aspectos por considerar y representan los mayores desembolsos económicos necesarios para llevar a cabo esta actividad.

INTA (2021), agrega lo siguiente sobre los costos de producción de una hectárea de yuca en el país:

Se estima una producción de aproximadamente 30 kilogramos de tubérculo por cada 10 plantas, lo que supondría que una hectárea de yuca en su totalidad podría producir aproximadamente 48 toneladas de yuca. Suponiendo un escenario con un 10% de pérdidas de producto por daños, manejo y otras consideraciones, una hectárea podría producir aproximadamente 42 toneladas de yuca (p. 63).

Procesamiento

Román (2018) indica lo siguiente sobre la etapa de procesamiento de la yuca:

La etapa de procesamiento se inicia con la recepción de la yuca en las plantas empacadoras. El recurso se lava, por lo general con agua a presión o manualmente por operarios, se seca, la mayoría de ocasiones en túneles de secado y se parafina. En el caso de que el producto no sea parafinado, la yuca se prepara en diferentes presentaciones que incluyen la congelación, el enlatado o el sellado en plástico (p. 22).

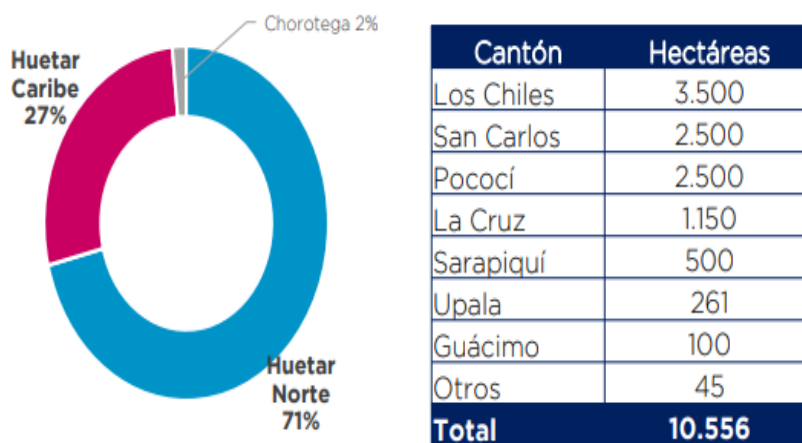
Esta etapa de procesamiento es esencial para la yuca porque es en este punto en el que se realizan diversas inspecciones de calidad para asegurar que el producto exportado sea óptimo. A

lo largo de este proceso la yuca se somete a diversos puntos como el calor de la parafina, la movilización, la refrigeración óptima, los cuales son puntos por cuidar para que no sufra de ningún daño y no afecte la calidad del producto.

Regiones productoras de yuca en Costa Rica

Costa Rica se encuentra dividida en diversas zonas, de las cuales destacan dos en la producción de yuca: Huetar Norte y Huetar Caribe. Esto se debe a que estas zonas cumplen con las condiciones climáticas, la altura y la fertilidad del suelo que hacen que se pueda sembrar y cosechar la yuca, por las que se encargan de abastecer la demanda nacional, así como la demanda internacional. Al respecto, INEC (2022) menciona que: «Las principales regiones en las que se produce son la Huetar Norte, la Huetar Atlántica y la Brunca» (p. 47).

Ilustración 7: Áreas sembradas según región y cantón



Fuente: Alpízar (2020).

De acuerdo con el gráfico anterior, se puede observar el porcentaje de cantidad de área sembrada de yuca, la región Huetar Norte tiene la mayor cantidad de siembra y un porcentaje de

71 %, seguidamente la región Huetar Caribe con un 27 % y, finalmente, la región Chorotega con un 2 %. Además, la tabla indica la cantidad de áreas sembradas por cantón donde en el primer lugar se encuentra Los Chiles con 3.500 ha.

Huetar Norte

La región Huetar Norte es una zona de gran importancia conformada por distintos cantones. Al respecto, el Instituto de Desarrollo Rural (2019) menciona lo siguiente: «La conforman los cantones de Upala, Guatuso, Los Chiles, Ciudad Quesada, San Ramón y Sarapiquí, que son atendidos por cuatro oficinas subregionales, para una cobertura de más de 722 mil hectáreas» (párr. 1).

De acuerdo con el autor Román (2018) agrega la siguiente información respecto a la región Huetar Norte y los tubérculos:

La Región Huetar Norte, que suple entre el 75 y el 80% de la producción nacional, cuenta con una experiencia acumulada de más de 30 años en el establecimiento, producción y comercialización de raíces y tubérculos como la yuca, el ñame, el yampi, el jengibre o el camote (p. 19).

La región Huetar Norte cuenta con una gran producción y comercialización de yuca y es un punto estratégico del país con muchos años de experiencia en diversos tubérculos entre ellos el producto en estudio: la yuca. Además, tiene un porcentaje muy alto en el abastecimiento de yuca en el mercado nacional. Por lo tanto, cuenta con la experiencia y producción para llegar abastecer de igual manera mercados internacionales.

Huetar Caribe

La región Huetar Caribe o Atlántica es la segunda región en Costa Rica con mayor producción de yuca y parte de esta se vende en mercados internacionales. Por lo tanto, cuenta con capacidades de abastecer la demanda internacional. Al respecto INTA (2021) menciona que: «Seguida de la región Huetar Caribe (2.079,5 ha sembradas principalmente en Guácimo y Pococí) (INEC, 2015)» (p. 60).

Exportaciones de yuca en Costa Rica

El Ministerio de Comunicación de Costa Rica (2021) agrega lo siguiente al respecto:

La yuca es una de las raíces más consumidas en el país, donde se comercializa como producto fresco en ferias del agricultor, mercados mayoristas, verdulerías, supermercados, restaurantes y hoteles. Además, se exporta a 21 destinos diferentes, tanto en forma fresca (62%) como congelada (38%). Las ventas de yuca a mercados externos sumaron en 2020, US\$ 91,7 millones (párr. 7).

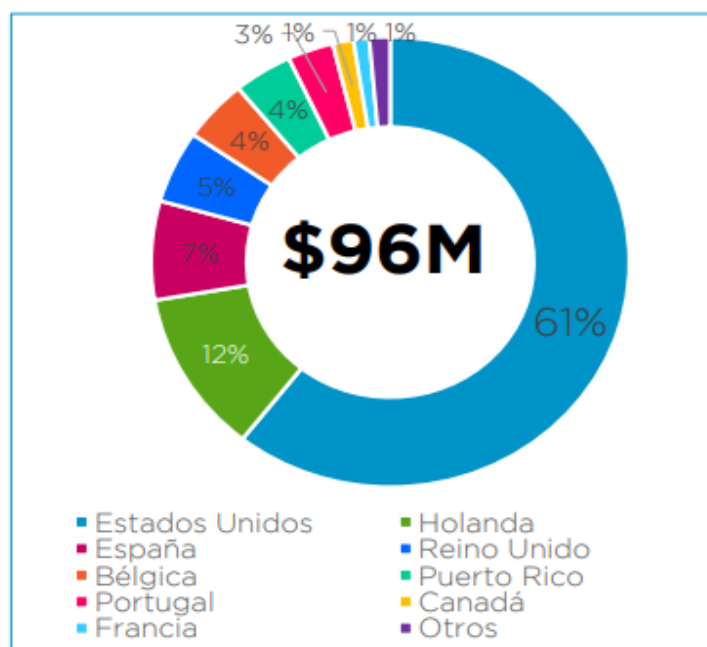
Algunas de las cifras que se relacionan con las exportaciones de yuca en Costa Rica y según Ulloa (2020) menciona que: «3er exportador mundial de yuca fresca (CAGR en valor 8%15/19) • Principal proveedor de yuca fresca de EEUU, 26 destinos de exportación en 2019, donde destacan EEUU (61%), Países Bajos (12%) y España (7%), entre otros» (p. 62). Destacando Estados Unidos, Países Bajos y España como los principales mercados de exportación de yuca para los costarricenses.

Las exportaciones del sector agrícola han aumentado a través de los años y la yuca cada vez cuenta con más empresas que la exportan en el país. Además, existe una amplia demanda que origina nuevos destinos internacionales. Al respecto, Procomer (2021) menciona que: «La yuca, la raíz más exportada por Costa Rica representa el 3% de las exportaciones agrícolas del país, contando con 119 empresas que llevan sus productos a 28 destinos en el mundo» (p. 1).

Alpizar (2020) indica sobre las exportaciones costarricenses de yuca:

En 2019, las exportaciones costarricenses de yuca alcanzaron los 96M de USD, con un crecimiento del 8% promedio anual desde el 2015. Además, el país se posiciona como el principal proveedor de yuca para Estados Unidos, con un 61% del total exportado (p. 10).

Ilustración 8: Principales destinos de exportación 2019



Fuente: Alpizar (2020).

Como se puede observar en el gráfico, este muestra los principales destinos de exportación de yuca costarricense en el año 2019, donde destaca Estados Unidos con un 61 %, seguidamente en segundo lugar los Países Bajos con un 12 % y en tercer sitio España con un 7 %. Esto muestra que la mayor parte de yuca producida en el país se exporta hacia estos destinos, además Costa Rica cuenta con experiencia exportadora de este producto en estudio.

Generalidades de España

El Instituto Nacional de Estadística (INE) (2023) indica lo siguiente sobre la población española:

La población de España aumentó en 135.186 personas durante el segundo trimestre de 2023 y se situó en 48.345.223 habitantes. Las principales nacionalidades de los inmigrantes fueron la colombiana, marroquí y española. Illes Balears (0,58%), Cataluña (0,51%) y Comunidad de Madrid (0,45%) experimentaron los mayores aumentos de población (párr. 1).

Ilustración 9: Población residente en España

Población residente en España ECP

	Valor	Variación anual
Población total	48.345.223	1,12
Hombres	23.679.090	1,07
Mujeres	24.666.133	1,18
Extranjeros	6.335.419	9,02

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2023).

La capital de España es Madrid y, a la vez, la ciudad más poblada del país. Duarte (2023) indica lo siguiente:

La capital española, con un total de 3.280.782 habitantes, llegó a su pico máximo en 2020, con 3.334.730. La ciudad comenzó un ascenso de población a partir del

2000, cuando aún no se alcanzaban los dos millones de censados, y a pesar de una ligera caída entre 2010 y 2015, es la ciudad más poblada de España (párr. 11).

Economía

El Ministerio de Comercio e Industrias (2021) agrega lo siguiente sobre la economía de España:

España ha atravesado una recuperación económica equilibrada en los últimos años; sin embargo; La crisis del COVID-19 llevó al país a una desaceleración sin precedentes de la actividad económica en 2020, con una caída del PIB del 12,8% (estimaciones del FMI), una de las mayores contracciones de Europa (p. 3).

Consumo de yuca en España

La yuca es un alimento que, a pesar de su relevancia en numerosos países tropicales, no goza de esta difusión en el mercado español. Al respecto, María (2020) menciona que: «La mandioca, o Manihot Esculenta, es un alimento que en España no está tan extendido como en muchos países tropicales, donde forma parte de la alimentación básica de una gran mayoría de personas» (párr. 1).

De acuerdo con lo anterior, la yuca es un tubérculo importante en muchos países tropicales, pero no tiene la misma popularidad en el mercado español. Por eso, es relevante buscar alternativas del producto para que se pueda presentar de diferentes formas a este mercado.

Exportaciones de España a Costa Rica

La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023) indican lo siguiente:

En 2021 los productos cerámicos fueron el principal capítulo exportado con €26M (10% del total) seguido de cerca por la maquinaria, €20,9M (8% del total). Otras partidas importantes fueron: manufacturas cobre (€18,8M y 7% del total); bebidas (€13M y 5%); perfumería (€10,4M y 4%); manufacturas plásticas (€10,1M y 4%); y aparatos y material eléctrico (€9,9M y 4%). 3.229 empresas españolas exportaron a Costa Rica en 2021, de las cuales 345 exportan de manera regular más de 50.000 euros (y su exportación representa el 62% del total) (p. 4).

Importaciones de España procedentes de Costa Rica

De acuerdo con la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023) brinda la siguiente información respecto a las importaciones españolas procedentes de Costa Rica:

En 2021 ascendieron un 15,1% hasta € 293,5M, frente a los datos de 2020(€ 255,1M), cuando a pesar de la pandemia se había incrementado muy ligeramente (0,3%) respecto a 2019. Las operaciones se concentran en 2021 en muy pocas partidas como frutas (€186,9 millones y 64% del total); aparatos ópticos de medida y aparatos médicos (€44,5 millones y 15% del total) y conservas de verdura o fruta (€24,4 millones y 8% del total). Costa Rica se mantuvo en el puesto 74 en el listado de países proveedores de España al igual que en 2020, siendo el segundo proveedor español de la región tras Panamá (p. 4).

Relación comercial entre Costa Rica y España

La relación comercial entre ambos países es significativa y amigable, considerando que España es uno de los principales socios comerciales de Costa Rica en Europa. Villar (2022), agrega

la siguiente información sobre la relación comercial entre Costa Rica y España en el ámbito comercial:

En el ámbito comercial, en 2021, las exportaciones españolas a Costa Rica ascendieron a 269,3 millones de euros y las importaciones alcanzaron los 293,5 millones de euros. Asimismo, Costa Rica es el segundo destino de la inversión española en Centroamérica (párr. 6).

Seguidamente, el mismo autor agrega lo siguiente respecto a la relación entre estos países en estudio: «Costa Rica es el segundo país de Centroamérica con más empresas españolas en su territorio, con cerca de 70, que han contribuido a la creación de 18.000 empleos en el país» (Villar, 2022, párr. 7). Lo anterior evidencia la buena relación que mantiene Costa Rica y España y que a raíz de esta relación comercial ha beneficiado al sector trabajador de Costa Rica.

Ilustración 10: Comercio bilateral España-Costa Rica

MILLONES DE €	2019	2020	2021
Exportaciones	206	186.4	269
Importaciones	254.3	255.1	293

Fuente: ICEX

Fuente: Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023).

La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023) indican lo siguiente sobre las exportaciones españolas:

Las exportaciones españolas a Costa Rica en 2021 ascendieron a 269 millones de euros, aumentando un 44,5% respecto a 2020, que se redujeron un 9,5% respecto a 2019 por motivo de la pandemia. Costa Rica se situó en 2021 en el puesto 77 del *ranking* de clientes de España (50 en la región tras Cuba, República Dominicana, Panamá y Guatemala) y ascendiendo 9 puestos respecto a 2020 (p. 4).

Inversión de España en Costa Rica

De acuerdo con la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023) la inversión de España en Costa Rica:

Los flujos de inversión bruta española (no ETVE) en Costa Rica en 2021 se situaron en €77,1M frente a €18,4M en 2020 (cuando las desinversiones alcanzaron los €263M), y €35, 3M en 2019. La inversión en 2021 se ha producido en el ámbito de la industria de la alimentación casi en su totalidad (97%) (p. 5).

Inversión de Costa Rica en España

De acuerdo con la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023) la inversión de Costa Rica en España:

Los flujos de inversión bruta costarricense (no ETVE) en España, alcanzaron en 2021 los €3,1M frente a €23,6M en 2020, €72,6M en 2019 y €3,6M en 2018. La posición inversora no ETVE de Costa Rica en España en 2020 ascendió hasta los €110,4M (€100M en, 2019). 51% se ha invertido en sector de construcción e inmobiliario, 13% en actividades administrativas de oficina y 12% en servicios financieros (p. 5).

Entidades gubernamentales involucradas en la exportación de yuca

Las instituciones a continuación están involucradas en los procesos logísticos de las empresas exportadoras para los envíos de yuca al mercado internacional: la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer), Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Ministerio de Comercio Exterior (Comex) y el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT).

Promotora de Comercio Exterior (Procomer)

Es una entidad gubernamental que promueve las exportaciones en el país. Al respecto, Román (2018) menciona que:

Es la institución encargada en Costa Rica de facilitar y promover el comercio exterior. Por ello, sirve como referente estratégico sobre los procesos de internacionalización para las empresas exportadoras actuales y potenciales, además de facilitar los trámites de comercio exterior (p. 35).

Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

Sobre esta entidad gubernamental, la página oficial del MAG (s. f.) brinda la siguiente información:

Durante más de 70 años de existencia, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, ha sido impulsor del desarrollo económico y social de Costa Rica y ha proporcionado seguridad alimentaria a los costarricenses, mediante una serie de acciones en beneficio del sector agroproductivo (párr. 1).

Román (2018), agrega la siguiente información sobre esta entidad:

El MAG es el responsable de promover la competitividad y el desarrollo de las actividades agropecuarias y del ámbito rural, en armonía con la protección del ambiente y los recursos productivos, como un medio para impulsar una mejor calidad de vida, permitiéndole a los agentes económicos de la producción, una mayor y mejor integración al mercado nacional e internacional (MAG, s. f.) (p. 35).

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (Comex)

Román (2018) indica lo siguiente sobre el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (Comex):

Promueve la vinculación de Costa Rica a la economía global, mediante la apertura de nuevas oportunidades en los mercados internacionales, el apoyo a la ampliación, la diversificación y sofisticación de la oferta exportable nacional y la atracción de inversiones extranjeras al país. El Ministerio establece mecanismos reguladores de las exportaciones cuando sea necesario, debido a que existen prácticas a nivel país que entorpecen las exportaciones e incluso genera aumentos en la logística que se debe realizar (p. 35).

Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT)

Seguidamente, otro de las entidades gubernamentales que es importante para llevar a cabo la exportación de yuca es el MOPT. Román (2018) menciona que: «El Ministerio de Obras Públicas y Transporte (MOPT) es el encargado de toda la división marítimo portuaria a nivel nacional, incluyendo la infraestructura en puertos; así como de la infraestructura de carreteras» (p. 35).

De acuerdo con lo expuesto, cada una de las entidades mencionadas es vital para brindar soporte a aquellas empresas que desean exportar, pero no saben por dónde empezar ni cómo hacerlo. Estas brindan asesoramiento de múltiples temas como el proceso de incursionar en

mercados internacionales, leyes, impuestos, trámites por llevar a cabo y aquellos requerimientos que debe cumplir el producto por exportar.

Requisitos para la exportación de yuca

Los exportadores de productos como la yuca deben cumplir con ciertos requisitos y regulaciones que son necesarias para la exportación del producto a los diferentes mercados internacionales. Además, con el cumplimiento de estos evita inconvenientes o atrasos en el momento de exportar. A continuación, se detallan los requerimientos que se deben cumplir en Costa Rica para la exportación de yuca.

Permiso fitosanitario

Román (2018) agrega lo siguiente respecto al permiso fitosanitario:

Toda empresa que desee exportar algún producto agrícola en Costa Rica debe contar con el Permiso Fitosanitario expedido por el MAG, el cual deberá gestionar previamente a que inicie sus exportaciones y el cual tiene una validez de 5 años, con renovación anual (p. 31).

Documento único aduanero (DUA)

Román (2018) indica sobre el Documento único aduanero (DUA) la siguiente información:

Es la declaración aduanera de exportación donde se declaran las mercancías dispuestas para su salida del territorio aduanero. Con la declaración se expresa, libre y voluntariamente, el régimen al cual serán sometidas las mercancías, además de

aceptar las obligaciones que el régimen impone (Ley General de Aduanas, 1995) (p. 31).

Nota técnica

Otro de los requisitos para la exportación de yuca que se debe cumplir en Costa Rica son las notas técnicas. Al respecto, Román (2018) menciona que: «Las notas técnicas son los requisitos no arancelarios o autorizaciones preestablecidos por la institución rectora mediante leyes y decretos, que avalan la salida de las mercancías del territorio nacional (Ley General de Aduanas, 1995)» (p. 31).

Seguidamente, el mismo autor agrega la siguiente sobre la nota técnica de la yuca:

La nota técnica que corresponde es la NT-265, tramitada mediante un sistema electrónico implementado por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). La solicitud la efectúa el interesado en un sistema desarrollado localmente para ese fin, el cual opera en línea y que permite que los documentos requeridos se adjunten eliminando la necesidad de acudir personalmente a la institución a presentarlos (p. 31).

Registro de exportador

El registro de Exportador les permite a las empresas realizar sus exportaciones, el cual se debe gestionar ante Procomer. Román (2018) indica lo siguiente sobre el registro como exportador:

Toda persona física o jurídica que exporte deberá estar registrada ante esta institución gubernamental, la cual lanzó en 2014 el sistema de registro llamado

Registro Único de Exportadores (RUE), como parte del desarrollo del SIVUCE 2.0, en el cual el exportador puede hacer su registro de manera totalmente digital (p. 32).

Factura comercial

La factura comercial es un documento importante cuando se realiza una operación de exportación, ya que detalla el intercambio entre el vendedor y el comprador. Román (2018) indica la información que debe contener la factura comercial:

La factura comercial debe contener el nombre y domicilio del vendedor y del destinatario de las mercancías, la descripción de las mercancías objeto de la transacción, el tipo de embalaje, las marcas, números, clases y cantidades parciales y total de bultos, entre otra información (p. 32).

Lista de empaque

La lista de empaque es uno de los documentos que no siempre se solicitan por parte de la aduana. Sin embargo, se considera como un complemento de utilidad para la factura comercial. Al respecto, Román (2018) menciona que: «Este documento suministra todos los detalles físicos de la carga, tales como: la descripción, la cantidad de productos, la cantidad de cajas, el peso y el tamaño» (p. 32).

Documento de transporte

Sobre el documento de transporte, el autor Román (2018) menciona que: «El documento de transporte, es el título representativo de las mercancías, emitido por un transportista y que contiene el contrato celebrado entre el remitente y el transportista para transportarlas y designa al

consignatario de ellas» (p. 32). De acuerdo con lo anterior, este documento sirve como comprobante de la mercancía en curso.

Manifiesto de carga

El manifiesto de carga es un documento que se emite por el responsable de transportar las mercancías. Al respecto, Román (2018) menciona que: «Es el documento que ampara el transporte de mercancías ante las distintas autoridades, además de ser el contrato con el transportador, por lo tanto debe ser portado por el conductor del vehículo durante todo el recorrido» (p. 33).

Certificado de origen

De acuerdo con Román (2018), el certificado de origen es un documento:

El certificado de origen es un documento mediante el cual se certifica que la mercancía exportada es originaria, conforme las reglas negociadas entre los países parte en los acuerdos comerciales. Con la presentación de este documento, el importador en el país de destino puede solicitar el trato arancelario preferencial otorgado a la mercancía (p. 33).

Cumplir con cada requisito que se mencionó en la exportación de yuca costarricense es esencial para garantizar el acceso mercados internacionales, satisfacer las regulaciones y leyes del país, así como mantener la calidad y seguridad de los productos. Además de que asesorarse sobre dichos requisitos ayuda a evitar atrasos y que la exportación sea más fácil de llevar a cabo.

Consideraciones logísticas

Cuando se realiza una exportación, hay una serie de consideraciones logísticas que se deben tomar en cuenta. Por ejemplo, la coordinación del transporte y la entrega de la mercancía en el

lugar de destino, de ahí la importancia de determinar los factores que permiten que el producto se envíe y que cumpla con las condiciones requeridas para garantizar la llegada en las mejores condiciones en el sitio de destino.

Transporte internacional

El transporte internacional es un elemento logístico de gran importancia, ya que se pueden trasladar mercancías de un país a otro, ya sea vía marítima, aérea o terrestre. Por esta razón, se debe considerar la planificación de la ruta que más se adecúe a la exportación de yuca, para cumplir con los plazos de entrega y no dar una mala imagen en los mercados internacionales a los que se desea llegar.

De acuerdo con LSA Logística (2021) el transporte internacional:

El transporte en el comercio internacional es uno de los procesos logísticos más importantes en aspectos como determinar los precios, fijar el trayecto entre el país de origen y el de destino, el impacto al medio ambiente, entre otros. Por ello, la gestión de todos los recursos y de las personas involucradas es indispensable para obtener los resultados financieros óptimos y cumplir con los plazos de entrega (párr. 1).

Transporte marítimo

Este medio de transporte internacional es el que más se utiliza para el movimiento de cargas internacionales, ya que es vía marítima que se puede trasladar un mayor volumen de mercancía y es una opción más económica para transportar a larga distancia en comparación con otros medios. En Costa Rica, para el envío internacional de yuca es común que se use la vía marítima.

De acuerdo con LSA Logística (2021) el transporte marítimo internacional de mercancías:

El transporte marítimo internacional de mercancías es el más utilizado por su relación costo/beneficio, ya que involucra la manipulación y preparación de carga en contenedores, *pallets*, control aduanero, trámites bancarios, seguros, documentación y la gestión general de la distribución física de la mercancía. El documento que ampara los embarques marítimos se llama Conocimiento de Embarque (párr. 26).

Transporte aéreo

El transporte aéreo internacional es una de las vías que existen para el envío de cargas de un lugar a otro, considerado como el medio más rápido para mover mercancías en el ámbito internacional, pero también representa el más costoso. Por lo tanto, es esencial en los casos en los que se necesita enviar productos perecederos o de urgencia. En el caso de la yuca se usa, no obstante, es más común enviar el producto vía marítima.

De acuerdo con LSA Logística (2021) el transporte aéreo internacional de carga:

El transporte aéreo internacional de carga representa el 2% de carga total por ser el medio más costoso y empleado cuando la vía marítima no es viable, o cuando se trata de productos perecederos o urgentes. El documento que ampara la mercancía en embarques aéreos se conoce como guía aérea (párr. 24).

Transporte local

Uno de los aspectos importantes por considerar en el tema de la logística es el tiempo que se puede tardar todo el proceso para que la yuca pueda enviarse al punto en origen acordado. Este procedimiento abarca desde la cosecha, el transporte hasta la empacadora, el debido procesamiento

que debe llevar la yuca, hasta llenar el contenedor para el envío. La eficiencia en la gestión del tiempo es esencial en el transporte de productos como este.

Román (2018) brinda información sobre el momento de llenar el contenedor con la carga:

La carga del contenedor es un proceso relativamente rápido que se lleva a cabo por uno o dos operarios del contenedor y un encargado de documentación. Este último tiene un rol importante en la trazabilidad del producto debido a que completa un documento conocido como control de carga, conforme la carga se va introduciendo en las tarimas.

Este documento es un desglose del producto que va en cada una de las tarimas. Este mapa de carga supone información valiosa que se suministra electrónicamente al cliente para que sepa de antemano la composición de la carga que se le está enviando, desglosada por producto, productor y ubicación dentro del contenedor (p. 27).

Empaque

El empaque desempeña un papel fundamental en la exportación de yuca, garantizando su calidad, seguridad y atractivo en mercados globales. Es importante determinar el empaque ideal para que el producto llegue en las mejores condiciones a su lugar de destino. Además, en un mundo competitivo, un empaque que sea llamativo y que esté bien diseñado puede marcar la diferencia al atraer a las personas consumidoras y destacar en los mercados internacionales.

Román (2018) brinda la siguiente información respecto al empaque de la yuca:

Posteriormente a la aplicación de la parafina, la banda transportadora lleva el producto a una línea de empaque en la que alrededor de quince operarios se encargan

de colocar el producto en cajas de cartón. Al final de esta línea hay un operario en una báscula otorgándole a cada caja el peso exacto que deben tener las cajas uniformemente. La caja de 37 libras es la presentación más solicitada, la cual se embala en paletas de 60 cajas, con 22 paletas por contenedor (High Cube) (p. 25).

Embalaje

El embalaje es un aspecto importante en el momento de exportar, ya que su función es proteger el producto para que llegue en óptimas condiciones a su país de destino. El embalaje protege la carga contra golpes, humedad, cambios de temperatura, entre otros factores que pueden dañar el producto durante el transporte. Por esta razón, es importante conocer el embalaje y paletizado adecuado para la yuca.

Román (2018) agrega la siguiente información sobre el embalaje de la yuca:

El producto es exportado en tarimas o paletas de madera, y en porcentajes muy bajos a granel. Las paletas, al igual que el resto del embalaje de madera, se encuentran sujetas al cumplimiento de la NIMF 15, que describe las medidas fitosanitarias para disminuir el riesgo de dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con la madera (p. 34).

Ilustración 11: Presentaciones en cajas para exportación



Fuente: Tropifoods (2023).

Etiqueta

Respecto al etiquetado de un producto, de acuerdo con Filtext (2018):

El etiquetado identifica, define y explica el artículo a los clientes finales a través de la etiqueta, el escrito que contiene la información para la venta y comercialización del producto. Existen diferentes tipologías de etiquetas según el objetivo que se persigue. De este modo, el etiquetado se convierte es el canal de comunicación principal entre el productor y el usuario (párr. 9).

La etiqueta es un aspecto importante por considerar en el proceso de exportación porque permite conocer a los diversos clientes de qué país proviene el producto y quién lo elaboró, lo cual aparte de ser un requisito para exportar también representa un valor no monetario para quién realiza la exportación, porque le da reconocimiento en mercados internacionales sobre lo que produjo. Además, es una oportunidad para promover la calidad del producto y conectar con los clientes.

Cadena de frío

Román (2018) indica la siguiente información sobre las temperaturas del contenedor refrigerado para la yuca:

El transporte de la yuca se realiza en contenedores refrigerados, generalmente de 40 pies, a una temperatura de 48 F o 8° grados centígrados y 15% de ventilación relativa, por alguna de las tres rutas de la Ciudad Quesada, la ciudad más importante del cantón San Carlos (p. 28).

Además, el mismo autor agrega la siguiente información respecto a la cadena de frío que debe seguir un producto como la yuca:

Es sumamente importante mantener la yuca a una temperatura de 48 °F o 8 °C desde el momento en que se corta el producto hasta que llega a los puntos de venta en los mercados de destino con el fin de no afectar la calidad del producto y alargar su vida útil (Román, 2018, p. 60).

La cadena de frío tiene un papel importante en la producción y distribución de la yuca costarricense. Mantener la temperatura adecuada, desde el momento de la cosecha hasta los puntos de venta en los mercados de destino es esencial para garantizar la calidad del producto y prolongar su vida útil. La cadena de frío no solo preserva la calidad del producto, sino que también contribuye a la satisfacción de los clientes con un buen producto.

Seguro de carga

TIBA Group (2019) brinda la siguiente información sobre el seguro de carga:

El seguro de transporte es aquel contrato por medio del cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas al material de transporte y/o a los objetos transportados durante el traslado por vía fluvial, férrea, aérea o marítima. Aunque el seguro de transporte no es obligatorio es muy recomendable asegurar los bienes transportados ante cualquier riesgo que pueda existir durante el tránsito de estos desde el origen hasta el destino final (párr. 1).

Es importante destacar que el tema del seguro de transporte no es obligatorio. Pero, se recomienda para cubrir cualquier pérdida o daño que le pueda suceder a la mercancía, desde el punto de origen hasta el destino final. Además, el seguro de transporte ayuda a minimizar los riesgos y asegura que la mercancía llegue en las condiciones adecuadas, lo que facilita el comercio internacional.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

Es importante determinar el enfoque que dirigirá todo el trabajo de estudio. Lo anterior tiene el fin de mantener el orden lógico de este. Existen numerosos enfoques. Pero, todo depende de los objetivos y la naturaleza de cada estudio. Para la presente investigación se eligió el enfoque cualitativo, ya que se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica y suele orientarse hacia las descripciones y observaciones y detalles de los distintos elementos para tomar en cuenta en la investigación.

Cualitativo

Para Hernández y Mendoza (2018), la investigación cualitativa estudia:

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

A lo citado Hernández y Mendoza (2018) agregan: «Se plantea un problema de investigación [...]. Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo con el contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio» (p. 7).

De igual forma, Hernández y Mendoza (2018) sostienen que:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien *circular*

en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio (pp. 7-8).

El enfoque cualitativo de investigación se enmarca en el paradigma científico naturalista. Como señala Echavarría (2014): «El enfoque cualitativo responde al criterio de validez interna, en forma diferente, obtiene medidas de mayor validez interna, porque sus observaciones no estructuras le permiten recoger más matices de los hechos en estudio» (p. 69). De igual forma, el autor sostiene que: «Las investigaciones cualitativas postula una concepción fenomenológica, inductiva, orientada al proceso. Busca descubrir o generar teorías. Pone énfasis en la profundidad y sus análisis no necesariamente, son traducimos a términos matemáticos» (Echavarría, 2014, p. 71).

Para Azuero (2018) la investigación cualitativa estudia:

La investigación cualitativa atraviesa diversas disciplinas, participa de una gran variedad de discursos o perspectivas teóricas y engloba numerosos métodos y estrategias de recogida de datos. Esta riqueza denota la complejidad y alcance del enfoque cualitativo en el abordaje de la investigación socioeducativa y requiere que se ensayen clasificaciones o categorías que aporten un orden conceptual en el ámbito investigación y permitan la comunicación en la comunidad investigadora (s. p.).

El enfoque cualitativo concuerda con este estudio, ya que busca interpretar los resultados que brindan los individuos de las entrevistas, los cuales facilitan información de gran utilidad para la vinculación con cada una de las unidades y categorías de análisis. Al elaborar preguntas abiertas se conocen los diferentes tipos de realidad que se presenta en las personas entrevistadas y, de esta forma, se lleva a cabo una investigación dinámica donde no se explora el probar hipótesis establecidas, sino que se busca el conocimiento de los expertos en el tema en estudio.

Diseño cualitativo

Fenomenología empírica

Es experiencia compartida, su propósito es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias. Se obtiene la perspectiva de las personas participantes. Se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias ante determinado fenómeno: sentimientos, emociones, etc. El investigador trabaja directamente con los participantes y la esencia de la experiencia compartida (Hernández y Mendoza, 2018).

La fenomenología empírica según Hernández y Mendoza (2018):

Se enfoca menos en la interpretación del investigador y más en describir las experiencias de los participantes. Su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias (p. 551).

La fenomenología, según Van Manen (2014):

Busca descripciones reveladoras sobre la forma en la que experimentamos el mundo prereflexivamente, sin taxonomizarlo, clasificarlo, codificarlo o abstraerlo. De este modo, la fenomenología no nos ofrece la posibilidad de una teoría efectiva con la que podamos explicar y controlar el mundo; en lugar de eso, ofrece la posibilidad de revelaciones plausibles que nos pongan en contacto directo con el mundo (s. p.).

Población y muestra

Población

Gracias al propósito establecido en este proyecto se pretende determinar una población que ayude a reunir los datos necesarios y comprender mejor el objetivo del estudio, así como extraer la muestra para el estudio y el análisis de resultados. La población está conformada por empresas

exportadoras de yuca con conocimientos sobre la producción y exportación del producto en estudio y entidades que conforman el sector.

Muestra

Para efectos de este estudio, la muestra obtenida está constituida por 10 entrevistados, como empresas exportadoras, funcionarios de las instituciones involucradas que cuentan con instrumentos y experiencia según lo que se desarrolla en la investigación. Esta muestra es implementada por conveniencia, de acuerdo con los parámetros establecidos en este proyecto.

Muestra cualitativa

El tamaño de la muestra o números de casos o unidades de muestreo se define a partir de la naturaleza del fenómeno, capacidad operativa de recolección y análisis, comprensión del fenómeno y la saturación de las categorías. La muestra se determina durante o después de los primeros ajustes de la investigación, es tentativa y se puede ajustar en cualquier momento, no es probabilística, no busca generalizar resultados, sino profundizar en el fenómeno que se estudia. No es necesario que sea representativa de la población. En ocasiones, una misma investigación cualitativa requiere de muestreo mixto o combinación de muestreos (si el diseño así lo necesita).

En esta investigación se pretende obtener datos que reflejen la realidad, por medio de la observación y diferentes criterios de las personas participantes. Por esta razón, se realiza a través de la muestra cualitativa.

- ✓ Muestra no probabilística: la elección no depende de la probabilidad, no es mecánico ni basado en una fórmula, sino de los criterios de los objetivos específicos y planteamiento del problema.
- ✓ Por conveniencia (casos disponibles a los que se tiene acceso): estas muestras están formadas por los casos disponibles a los cuales se tiene acceso. Tal fue la situación de Rizzo (2004), quien no pudo ingresar a varias empresas para efectuar entrevistas en profundidad en niveles gerenciales acerca de los factores que conforman el clima organizacional y entonces decidió entrevistar a compañeros que junto con ella cursaban un posgrado en

desarrollo humano y eran directivos de diferentes organizaciones) (Hernández y Mendoza, 2018).

Para efectos de esta investigación la muestra no probabilística extraída por conveniencia de la población corresponde a lo siguiente:

Tabla 1: Muestra

N.º de entrevistado	Ocupación	Motivo de la elección
n.º 1	Gerente general empresa exportadora Los amigos de Pococí	Conocimiento sobre exportación de yuca
n.º 2	Gerente empresa exportadora Agrícola Elizondo	Conocimientos en producción de yuca
n.º 3	Gerente general empresa exportadora	Conocimientos en exportación de yuca
n.º 4	Gerente comercial empresa exportadora PROBIO	Conocimiento en dirección de exportación
n.º 5	Gerente comercial	Conocimiento en dirección de exportación y logística
n.º 6	Productor y exportador de yuca	Conocimientos en producción de yuca
n.º 7	Pricing & customer service	Conocimiento en logística internacional del producto
n.º 8	Jefe de Desarrollo de Nuevos Negocios Productos Congelados Bajo Cero	Experto en logística de exportación
n.º 9	Gerente comercial empresa exportadora The Golden Products	Conocimiento en exportación y logística

Unidades de análisis

Cualidades diferenciadoras

Esta primera unidad de análisis se refiere a las cualidades diferenciadoras que presenta la yuca costarricense. Se espera obtener información sobre las ventajas que tiene dicho producto que la pueda hacer competitiva frente a otros mercados, con miras de que este pueda incursionar de la mejor manera en el mercado español. De acuerdo con Roldán (2020), entre las cualidades que le dan diferenciación a un producto están:

La diferenciación de producto puede basarse principalmente en diversos atributos como calidad, color, tamaño, servicio post-venta, atención especializada, localización, reconocimiento de marca o lujo. Así, cualquier atributo que haga percibir de forma distinta un bien o servicio se considera diferenciación de producto (párr. 2).

Puntos de mejora

La segunda unidad de análisis de esta investigación corresponde a los puntos de mejora que tiene el sector productivo de la yuca costarricense. Se espera identificar los puntos que tiene por mejorar en temas de incorporación de tecnologías, capacitaciones y especializaciones que tenga el sector que le permita potenciarse en el ámbito comercial y buscar exportar al mercado de España sin ningún problema. Al respecto, Indeed (2022) menciona que: «Un área de mejora hace referencia a aquella actividad o grupo de actividades que no se realizan de manera eficaz o eficiente» (párr. 2).

Consideraciones logísticas

La tercera unidad de análisis se refiere a las consideraciones logísticas de la exportación de yuca costarricense hacia el mercado de España. Se desea obtener información sobre los aspectos que se deben considerar antes de exportar a este mercado, por ejemplo, transporte, embalaje,

empaques, la documentación necesaria, el tiempo, entre otros elementos. De acuerdo con la Universidad Europea (2022) las consideraciones en la logística:

La logística también es esencial para proteger la mercancía. Se asegura de su correcto almacenamiento, etiquetado y embalaje para que no se dañe durante el trayecto. En el ámbito del comercio exterior, se encarga además de que los envíos cumplan con los estándares internacionales y las regulaciones locales para que no tengan problemas aduaneros o de otra índole. Así los productos podrán acceder rápidamente al mercado en óptimas condiciones (párr. 9).

Tabla 2: Unidades de análisis

OBJETIVO	UNIDAD	Categorías	DEF. CONCEPTUAL	INSTRUMENTALIZACIÓN
Investigar cuáles son las cualidades diferenciadoras que presenta la yuca costarricense, que la hagan competitiva frente a otros mercados.	Cualidades diferenciadoras	Ubicación estratégica Altas siembras Sabor Calidad Variedades	Para Roldán (2020): «La diferenciación de producto puede basarse principalmente en diversos atributos como calidad, color, tamaño, servicio post-venta, atención especializada, localización, reconocimiento de marca o lujo» (párr. 2).	De la pregunta n.º 1 a la pregunta n.º 3.
Identificar las oportunidades de mejora que tiene el sector productivo de la	Oportunidades de mejora	Industrialización Reducción de costos Tecnología	Para Indeed (2022): «Un área de mejora hace referencia a aquella actividad o grupo de actividades	De la pregunta n.º 4 a la pregunta n.º 7.

yuca costarricense.		Innovación Competencia Empaque Valor agregado	que no se realizan de manera eficaz o eficiente» (párr. 2).	
Determinar las consideraciones logísticas de la exportación de yuca costarricense hacia el mercado de España.	Consideraciones logísticas	Certificaciones De calidad Embalaje óptimo Presentación Transporte internacional Parafina	Para la Universidad Europea (2022): «La logística también es esencial para proteger la mercancía. Se asegura de su correcto almacenamiento, etiquetado y embalaje para que no se dañe durante el trayecto» (párr. 9).	De la pregunta n.º 8 a la pregunta n.º 11.

Instrumentos cualitativos

Cuestionario: el cuestionario es una serie de preguntas respecto a una o más variables que se investigan. Esto debe aplicarse a varias personas para que se pueda determinar la variable por estudiar. Además, las preguntas que se hagan deben ser congruentes (Hernández y Mendoza, 2018).

Entrevista: es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra (entrevistador-entrevistado).

- **Estructurada:** es una herramienta de investigación extremadamente rígida en sus operaciones y permite muy poco o ningún margen para incitar a las personas

participantes a obtener y analizar resultados (siguiendo una guía de preguntas específicas).

- **Semiestructurada:** ofrece al investigador un margen de maniobra considerable para sondear a las personas encuestadas, además de mantener la estructura básica de la entrevista, incluso si se trata de una conversación guiada entre investigadores y entrevistados, existe flexibilidad (guía de asuntos o preguntas, pero hay libertad de agregar preguntas adicionales).

En la presente investigación se utilizan entrevistas en profundidad semiestructuradas y formularios *on-line* debido a que se hace una guía que responda a las preguntas de esta investigación. De esta forma, el entrevistador puede añadir ciertas preguntas que ayuden a complementar la información.

Proceso de recolección de datos

A partir de los objetivos y metas establecidas en esta investigación, se muestran los resultados por medio de los cuestionarios que se aplicaron a las personas entrevistadas y con las respuestas que brindan se analiza toda la información. Lo anterior tiene el fin de no excluir aspectos relevantes y así poder sacar conclusiones de las experiencias y observaciones de las personas encuestadas.

Cabe destacar que la muestra del estudio se eligió por el conocimiento que poseen las personas y entidades expertas en temas que se relacionan con el comercio internacional. Respecto a las unidades de análisis, se dividen en categorías que se desarrollan con los datos recolectados y obtenidos que se discuten durante la entrevista. Además, se incluye información nueva y relevante producto de esta.

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), el proceso de recolección de datos es fundamental porque:

La recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, otros seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias *formas de expresión* de cada unidad de muestreo (p. 443).

Al respecto, al tratarse de personas, algunos de los datos que interesan o que se obtienen son conceptos, percepciones, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, prácticas, experiencias, vivencias, etc. Estos datos se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos y así poder responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento sobre el tema en estudio.

Fuentes de información

Fuente primaria

Las fuentes primarias son aquellas que contienen información nueva y original obtenida como resultado de la investigación científica. Entre estos se encuentran: monografías, publicaciones seriadas, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos, patentes, normas, tesis doctorales, actas de congresos, entre otras, donde la persona es la información de primera mano (Hernández y Mendoza, 2018).

Hernández y Mendoza (2018) indican lo siguiente sobre las fuentes primarias:

En todas las áreas de conocimiento, las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares, entre otras razones porque son las que sistematizan en mayor medida la información,

profundizan más en el tema que desarrollan, son examinadas y arbitradas por investigadores o profesionales experimentados (p. 76).

Fuentes secundarias

Son aquellas que contienen información organizada y elaborada, producto del análisis, síntesis y reorganización de las fuentes primarias. Entre estas se encuentran: diccionarios, enciclopedias, antologías, directorios, anuarios, bibliografías, catálogos, boletines de sumarios, índices de citas o índices de impactos, obras de referencia, entre otras (Hernández y Mendoza, 2018).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se procede con el examen de la información que se recopiló en las entrevistas aplicadas a cada uno de los interrogados y se analizan las respuestas de cada uno de los expertos. Esta información se obtuvo a través de 11 preguntas estructuradas, con el propósito de conocer el criterio de personas con la experiencia y el conocimiento sobre los objetivos de este trabajo.

Se presenta a continuación el análisis de los resultados en las entrevistas con la muestra de investigación. El capítulo está organizado de la siguiente manera, primero se muestra una tabla que grafica las categorías que emergieron por cada unidad de análisis explorada. Las unidades que se exploraron corresponden a los contenidos de los tres primeros objetivos específicos.

Una segunda parte se encarga de describir y analizar cada categoría de análisis. Este análisis se hace confrontando lo expresado por las fuentes de información con la teoría que le da el sustento científico al presente estudio. Una vez descritas y analizadas cada una de las categorías se realiza un apartado de interpretación. Este último consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema de investigación.

Tabla 3: Categorías de la investigación

Unidad	Categorías
Cualidades diferenciadoras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica 2. Altas siembras 3. Sabor 4. Calidad 5. Variedades
Oportunidades de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Industrialización 2. Reducción de costos 3. Tecnología 4. Innovación 5. Competencia 6. Empaque 7. Valor agregado

Consideraciones logísticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Certificaciones de calidad 2. Embalaje óptimo 3. Presentación 4. Transporte internacional 5. Parafina
----------------------------	--

Unidad de análisis 1: cualidades diferenciadoras

Esta primera unidad de análisis hace referencia a las cualidades diferenciadoras que presenta la yuca costarricense. En esta etapa se espera obtener información sobre las ventajas que tiene la yuca costarricense que la puedan hacer competitiva frente a otros mercados, con miras de que pueda incursionar satisfactoriamente en el mercado español. Seguidamente, se pueden observar las diversas categorías que surgen de dicha unidad:

1. Ubicación estratégica
2. Altas siembras
3. Sabor
4. Calidad
5. Variedades

Categoría 1. Ubicación estratégica

Descripción

Como primera categoría surge la ubicación geográfica estratégica con la que cuenta Costa Rica, lo cual representa una ventaja en el ámbito de la logística. Su estratégica posición facilita la entrada y la salida de mercancías a través de rutas marítimas, lo que se traduce en eficiencia y

agilidad en los tiempos de entrega. De acuerdo con lo mencionado, se indican las siguientes respuestas:

«La ubicación estratégica del país, que representa un beneficio en temas de logística para Costa Rica» (Entrevistado 7).

«El hecho de que el país tenga una ubicación geográfica estratégica para el ingreso y salida de mercancías vía marítima es un beneficio logístico en los tiempos de entrega» (Entrevistado 9).

Análisis

La ubicación geográfica estratégica de Costa Rica es una característica sobresaliente en este análisis. Según los comentarios de las personas entrevistadas, esta ventaja se traduce en beneficios significativos en el ámbito de la logística, ya que al estar ubicado de manera estratégica se convierte en un punto de entrada y salida óptimo para las mercancías a través de vía marítima, lo que ayuda a la competitividad del país.

La posición privilegiada con la que cuenta Costa Rica brinda acceso a los principales mercados y facilita el intercambio de bienes y servicios con sus vecinos y el resto del mundo. Al respecto, Camarillo (2022) menciona que: «Su posición geográfica lo hace un país estratégico para el comercio internacional de importación y exportación, ya sea por vía marítima, aérea y terrestre» (párr. 2).

Por ende, se destaca de lo anterior que la ubicación geográfica estratégica de Costa Rica le brinda ventaja en el panorama del comercio internacional. Los beneficios logísticos derivados de esta posición son valiosos, pues el país se convierte en un punto de entrada y salida eficiente para mercancías, lo que impulsa su competitividad y también contribuye al cumplimiento de los tiempos de entrega.

Categoría 2. Altas siembras

Descripción

La segunda categoría que surge a partir de lo que indican las personas entrevistadas de la muestra hace referencia a las altas siembras de producción de yuca que hay en Costa Rica. Se destaca la presencia de amplias extensiones de tierra dedicadas a la siembra de yuca, lo que contribuye significativamente a la competitividad del país. Para dar forma a esta categoría, las personas entrevistadas respondieron lo siguiente:

«Los aspectos son que cuenta con altas siembras de producción y todo está muy mecanizado, eso ayuda a la competitividad» (Entrevistado 1).

«Las altas siembras de yuca que hay en el país lo cual ayuda a su competitividad» (Entrevistado 5).

«La disponibilidad de tierras, espacio para poder sembrar. Aparte de la Valencia también se siembra otra variedad que se llama señorita que es mucho más productiva, sin embargo, si hablamos por el tema de calidad no es tan suave como la Valencia» (Entrevistado 8).

Análisis

La presencia de altas siembras de yuca se destaca como una cualidad distintiva del país. Esto no solo es la cantidad de siembras, sino también la eficiencia que se logra gracias a la mecanización de los procesos agrícolas. Esta combinación de alta siembra y mecanización aporta significativamente a la competitividad del país frente a otros mercados que igualmente se dedican a la exportación de yuca.

INTA (2021) indica la siguiente información sobre la siembra de yuca en Costa Rica:

La densidad de siembra se estima entre las 8.000 a 20.000 plantas por hectárea; esto considerando la variedad, la fertilidad del suelo, la mecanización y el mercado de destino. La colocación se realiza a una distancia de 0,70 centímetros a un metro entre plantas (Mena, H. 2020) (p. 26).

Categoría 3. Sabor

Descripción

Según las respuestas de las personas entrevistadas, esta categoría se refiere al sabor dulce que presenta la yuca costarricense, la cual se considera como uno de los factores clave que hace que las personas consumidoras y compradoras internacionales prefieran la yuca de Costa Rica que la de otros mercados porque tiene un sabor mejor y logra destacar frente a otras yucas. Por estos argumentos, se mencionan las siguientes respuestas:

«Los compradores internacionales prefieren la yuca costarricense por su sabor dulce»
(Entrevistado 5).

«El sabor hace que prefieran la yuca de este país y la suavidad después de su cocción. Los almidones que tiene hacen que el sabor y la textura sea muy buena» (Entrevistado 7).

«Prefieren la yuca del país por su sabor dulce, eso hace que la yuca de Costa Rica destaque» (Entrevistado 9).

Análisis

La característica distintiva del sabor dulce de la yuca de Costa Rica es un factor clave en la preferencia de las personas consumidoras y compradoras internacionales. Esta particularidad otorga a la yuca costarricense una ventaja competitiva sobre otros mercados, ya que su sabor dulce se convierte en un punto de atracción para las personas consumidoras. Además, es esencial para la diferenciación frente a la yuca de otros mercados.

Alfa Editores (2019) menciona información importante sobre el sabor de un producto:

El sabor es uno de los factores clave para el consumo de productos alimenticios. En la industria alimentaria, la tecnología y la innovación juegan un papel muy importante; la creación de nuevos sabores, así como el mejoramiento de algunos ya existentes es fundamental para el desarrollo de cualquier producto alimenticio (párr. 1).

El sabor de un producto es una cualidad clave que influye directamente en las decisiones de compra de las personas consumidoras, lo que resalta la necesidad de crear experiencias gustativas atractivas. En el caso de la yuca costarricense, su sabor dulce es un ejemplo sobre cómo la diferenciación en el sabor puede convertirse en un punto de atracción para las personas consumidoras y compradoras.

Categoría 4. Calidad

Descripción

La presente categoría hace referencia a la calidad del producto. En definitiva, la excelencia de la yuca de Costa Rica se traduce en un producto de alta calidad y contribuye significativamente a su competitividad en el mercado internacional, ya que Costa Rica no compite en precios, pero sí

en la calidad que se ofrece. Lo anterior se respalda con las siguientes respuestas manifestadas por las personas de la investigación:

«Primero la calidad de la yuca costarricense, que es mejor que la de otros mercados y hace que los compradores la prefieran» (Entrevistado 1).

«Se ha desarrollado un proceso de empaque y selección que ha incrementado el tema de la calidad, esa podría ser la diferenciación con otros países, en el caso de Costa Rica que se destaca por su calidad» (Entrevistado 4).

«Estamos en un país meramente tropical, eso hace que el producto sea de alta calidad. Las variedades que se tienen son muy ricas en proteínas, almidones y azúcares, eso hace que tengamos variedades de yuca para el consumo humano de primera calidad» (Entrevistado 6).

«La calidad, Costa Rica domina el mercado, indiferentemente que no lo pueda suplir todo por el tamaño, pero es más que todo por la calidad es una yuca suave y blanca» (Entrevistado 8).

Análisis

Este aspecto es fundamental para entender por qué la yuca de Costa Rica se posiciona como líder en el mercado internacional. La superioridad de la calidad de la yuca costarricense en comparación con otras es un factor distintivo que incide directamente en la preferencia de las personas consumidoras y compradoras. Procomer (2020) menciona lo siguiente sobre la calidad:

Se asocia al desarrollo de Buenas Prácticas Agrícolas y de manufactura. Cada mercado prioriza en ámbitos diferentes las características en términos de texturas, sabor o formas, cumplir con las expectativas del cliente es fundamental. Este es un

tema, que tiene especial importancia en productos con una menor experiencia exportadora, ya que en otros de mayor tradición como el banano, la piña o la yuca, nuestra calidad es ya mundialmente reconocida (párr. 3).

De acuerdo con lo anterior, la calidad es fundamental para la posición que tiene la yuca costarricense en el mercado internacional, ya que este punto ejerce una influencia directa en la elección de las personas consumidoras y compradoras. Además, esta calidad está estrechamente relacionada con la adopción de buenas prácticas agrícolas y de manufactura, lo que demuestra el compromiso de Costa Rica con los más altos estándares de calidad.

Categoría 5. Variedades

Descripción

La quinta categoría menciona las diversas variedades de yuca que hay en el país. La diversidad de yuca disponible en Costa Rica para el consumo humano enriquece la oferta y también fortalece la competitividad del país en el mercado internacional, particularmente en regiones como Europa y Estados Unidos. Por consiguiente, las personas entrevistadas mencionaron al respecto:

«Hay varias universidades que han estudiado sobre nuevas variedades que ha ayudado al productor a desarrollar esa calidad que se necesita» (Entrevistado 4).

«El conocimiento del agricultor y las variedades que hay para el consumo humano, hace que el país sea muy competitivo en yuca especialmente en Europa y Estados Unidos» (Entrevistado 6).

«Sería la variedad y experiencia que se tienen, que se ve en la calidad del producto, porque Costa Rica no es un país que compita por costo, nos diferenciamos por el valor agregado y las calidades de nuestros productos» (Entrevistado 7).

«La variedad de Costa Rica que no se da en todo el mundo, nosotros tenemos la posibilidad de plantar la variedad Valencia que también se conoce como algodón, esta variedad es mucho más suave que la de nuestra competencia que es de Colombia y Brasil, otra característica de esta yuca es que es bastante blanca y al consumidor le gusta» (Entrevistado 8).

Análisis

Los comentarios de las personas entrevistadas destacan la relevancia de la investigación y la colaboración con instituciones académicas, como las universidades, en la creación de variedades que optimicen la calidad y la productividad del cultivo. Al respecto, INTA (2021) menciona que: «En Costa Rica, las variedades más sembradas son la Valencia y la Señorita, pero en áreas pequeñas a nivel de campo se pueden encontrar otras variedades como la Mangí o las de pulpa amarilla» (p. 6).

De acuerdo con lo anterior se destaca que la colaboración con entidades académicas como universidades, demuestra ser esencial en la creación de variedades que aumenten la calidad del cultivo y también su productividad. Estas variedades de yuca representan un pilar en el crecimiento de la industria agrícola de Costa Rica, lo que ayuda a asegurar la oferta de productos y desarrollando la calidad que se necesita.

Unidad de análisis 2: oportunidades de mejora

La segunda unidad de análisis corresponde a las oportunidades de mejora que tiene el sector productivo de la yuca costarricense. Esta investigación se enfoca en los puntos que tiene por mejorar en temas de incorporación de tecnologías, innovación, costos, industrialización, entre otros

puntos que tenga el producto que le permita al sector potenciarse en el ámbito comercial y buscar exportar al mercado de España sin ningún problema. Al desarrollar de manera efectiva las entrevistas se logran conseguir las siguientes categorías para realizar el respectivo análisis:

1. Industrialización
2. Reducción de costos
3. Tecnología
4. Innovación
5. Competencia
6. Empaque
7. Valor agregado

Categoría 1. Industrialización

Descripción

La primera categoría detalla la industrialización de la yuca. Según las personas entrevistadas es un tema que ya se realiza en Costa Rica, ya que la yuca es un producto del cual se pueden elaborar productos derivados. Este punto es importante para poder ofrecer a las personas consumidoras y compradoras diversidad y expandir las oportunidades comerciales, así que lo anterior se respalda con las siguientes respuestas manifestadas por los sujetos de la investigación:

«Eso ya se está haciendo, ya que hay que sacarle el 100% a la yuca con productos derivados de la misma, por ejemplo: la cáscara de la yuca se muele para producto animal»
(Entrevistado 1).

«De hecho, ya se realiza la yuca es un producto del que se pueda elaborar harina, masa, sticks, patacones y un ejemplo de ello es B&C Exportadores, esto lo que hace es expandir las

oportunidades de comercialización y aumentar el público meta al ya no solo venderle a quien la desea en presentación fresca» (Entrevistado 2).

«Debemos industrializarnos, ya no nos podemos quedar atrás y apostarle nada más a lo agrícola, ahora tenemos que ver como procesamos la yuca para darle valor agregado y así poder cobrar más. La yuca se puede deshidratar, hacer masa de yuca, harina, almidón, pan de yuca congelado, entre otros. El punto es darle valor agregado al producto por un tema de mercado y a donde apunta» (Entrevistado 3).

Análisis

La yuca es un producto versátil que puede dar lugar a una amplia gama de productos derivados, como harinas y masas. Esto es de una importancia significativa, ya que permite diversificar la oferta a las personas consumidoras y compradoras. Al respecto, Procomer (2020) menciona que: «Por su parte, la importación de subproductos de yuca rondó los \$1.864 millones, con el lanzamiento de 65 productos entre chips y harinas» (párr. 8).

La elaboración de productos derivados de la yuca con el propósito de exportación es una estrategia de suma relevancia en el contexto actual. La versatilidad de la yuca para convertirse en harinas, masas, *chips*, entre otros productos, abre grandes oportunidades para diversificar la oferta en los mercados internacionales y satisfacer la demanda de consumidores y compradores que buscan alternativas novedosas.

Categoría 2. Reducción de costos

Descripción

El tema de la reducción de costos es todo un reto para los exportadores y emerge como un desafío en el sector productivo de la yuca, como lo destacan varios entrevistados en esta investigación. Optimizar los costos de producción es una prioridad cuando se quiere ofrecer a los

clientes un producto competitivo. Lo mencionado se justifica con las siguientes respuestas que brindaron las personas entrevistadas:

«Entre los desafíos que tiene este sector productivo es reducir los costos de producción, ya que al reducir estos costos ayuda al producto a ser más competitivo» (Entrevistado 5).

«El tema de los costos de producción, ya que Costa Rica es más caro comparado a otros países que ofrecen precios menores. De hecho, otros países han intentado sacar al país con precios más baratos, pero la calidad no es la misma» (Entrevistado 6).

«La reducción de costos en la producción por eso es importante industrializar todo lo que se pueda para sacar el mayor provecho al producto» (Entrevistado 7).

Análisis

El tema de reducción de costos es un desafío central en el sector de la producción de yuca, así lo indican las personas entrevistadas de esta investigación. La necesidad de optimizar los costos de producción es fundamental para mantener la competitividad en el mercado y satisfacer las expectativas de los clientes brindándoles un producto de calidad y al menor costo posible para destacar frente a otros oferentes.

Al respecto, Procomer (2019) menciona lo siguiente acerca del tema: «La reducción de costos, orientada a ofrecer precios más competitivos en los mercados internacionales, es una tarea que persiguen muchas empresas exportadoras para consolidar su posición en mercado o también para incursionar en nuevos países» (párr. 10). Con lo anterior, se evidencia la importancia que tienen los exportadores de yuca de reducir los costos de producción para brindar precios más competitivos.

Categoría 3. Tecnología

Descripción

La tercera categoría hace referencia a las oportunidades de incorporación tecnológica que tiene el sector productivo de yuca costarricense para fortalecer su competitividad en mercados internacionales. Esta categoría revela el reconocimiento de posibilidades tecnológicas y avances en el sector de la yuca, se destaca la contribución de la tecnología a la mejora de la calidad y la eficiencia en la producción y el mantenimiento de los cultivos, debido a lo anterior, sobre la tecnología las personas entrevistadas indicaron:

«Si existen oportunidades tecnológicas en la producción de yuca, de hecho, eso lo está haciendo la Universidad de Costa Rica y Los Diamantes que son laboratorios, para mejoras de la semilla» (Entrevistado 1).

«Ahora se usa una nueva tecnología mediante el sistema de drones para regar las plantaciones y fumigar. Además, facilita y agiliza el trabajo de mantenimiento para un crecimiento óptimo de la yuca» (Entrevistado 3).

«Tenemos varios laboratorios de tecnología que podrían desarrollar nuevas variedades, con más resistencia. También el uso de drones que se puede implementar para ayudar a los productores a hacer aplicaciones más eficientes, más controladas» (Entrevistado 4).

«En el procesamiento, para el empaque y eso, la tecnología se implementa mediante el túnel de congelamiento rápido, las formadoras de bolsas, eso quiere decir que ya no se utiliza bolsa plástica, ahora se utiliza bovina que eso es que se pone una máquina la yuca cae y la misma máquina se encarga de sellar la bolsa» (Entrevistado 8).

Análisis

Esta categoría se enfoca en la percepción compartida por las personas entrevistadas de que existen valiosas oportunidades tecnológicas para fortalecer la competitividad de la producción de la yuca costarricense. La mención de las mejoras de la semilla indica una inversión en investigación y desarrollo tecnológico. Además, el uso de drones para agilizar el mantenimiento y el riego de la yuca conduce a una mayor eficiencia y calidad del producto.

Procomer (2021) agrega lo siguiente respecto a la tecnología en el sector productivo de un producto:

Es importante que las empresas exportadoras, como parte de sus procesos de vigilancia tecnológica, estén al tanto de las nuevas tecnologías emergentes y el potencial de su aplicación en sus industrias, con el objetivo de aumentar su capacidad para competir y mantenerse en mercado (párr. 9).

Mantenerse al tanto de las nuevas tecnologías y su aplicación en sus respectivas industrias es esencial para garantizar la competitividad y la sostenibilidad en el mercado internacional. La capacidad de adaptarse y aprovechar estas innovaciones puede marcar la diferencia. Por lo tanto, la incorporación tecnológica se presenta como una estrategia y como una necesidad para las empresas exportadoras de yuca que aspiran a mantenerse en el mercado.

Categoría 4. Innovación

Descripción

En esta categoría, varios entrevistados destacan la necesidad de buscar información y oportunidades para innovar, ya que muchos productores aún se apegan a métodos y prácticas

tradicionales. Además, se enfatiza la importancia de innovar, tanto en la producción como en la comercialización en el ámbito internacional. Por lo tanto, de la presente categoría se derivan las siguientes opiniones de las personas entrevistadas:

«A los productores como tal, de investigar cómo pueden no sólo producir sino también vender a nivel internacional, es un mercado bastante consolidado pero siempre hay espacio para alguien que desee innovar» (Entrevistado 2).

«Que se enfoquen siempre en la innovación para darle lo mejor posible a los clientes, ya que día a día va avanzando la tecnología y las prácticas agrícolas» (Entrevistado 5).

«Para potenciarse, lo primero sería buscar información de innovación, ya que muchos productores se están quedando con lo típico, es importante innovar» (Entrevistado 9).

Análisis

En la actualidad, una parte significativa de los productores sigue anclada en prácticas tradicionales, lo que presenta una oportunidad para quienes estén dispuestos a impulsar cambios y avances en el sector. La innovación se manifiesta como una vía clave en la producción y en la incursión de mercados internacionales, lo que sugiere que aún existe un espacio considerable para aquellos que deseen explorar nuevas formas de operar en el mercado.

Sicex (2021) menciona lo siguiente sobre la innovación:

La innovación es un factor constitutivo que se debe implementar en los procesos empresariales que vayan de la mano con la exportación. Ofrecer en el mercado productos o servicios que se destaquen gracias a nuevas propuestas creativas, no

solo suele ajustarse mejor a las necesidades de los consumidores, sino que también favorece a las empresas con la inserción en nuevos mercados (párr. 1).

La innovación se presenta como un elemento fundamental en los procesos vinculados a la exportación. En un contexto comercial cada vez más competitivo y globalizado, la innovación se convierte en una estrategia para sobresalir. Aquellas empresas que la incorporan en sus operaciones están mejor posicionadas para satisfacer las necesidades del mercado y se abren paso hacia nuevas oportunidades.

Categoría 5. Competencia

Descripción

La presente categoría hace referencia a la competencia que hay en Costa Rica respecto a las exportaciones de yuca. El sector de exportación de yuca en Costa Rica está en constante crecimiento, según lo señalado por varios entrevistados. Cada vez hay más exportadores que ingresan a este mercado, lo que aumenta la competencia en el ámbito local. Lo anterior puede ejemplificarse al observar la respuesta obtenida de acuerdo con la muestra:

«También el hecho de que cada vez hay más exportadores de yuca en Costa Rica lo cual aumenta la competencia a nivel local» (Entrevistado 2).

«Uno de los desafíos que presenta este sector es la competencia, ya que cada día hay más empresas exportando yuca a diversos mercados internacionales» (Entrevistado 3).

Análisis

La presencia de un creciente número de exportadores de yuca en el mercado local es un indicativo de la expansión de este sector. La competencia en el ámbito local aumenta, lo que significa que las empresas deben esforzarse aún más para destacarse en su propio país. Además, a medida que más compañías incursionan en la exportación de yuca a mercados internacionales, se genera una competencia global que exige altos estándares de calidad.

Da Silva (2023) indica lo siguiente sobre la competencia:

La competencia se define como la concurrencia de varias empresas que producen los mismos bienes y servicios en un mismo segmento de mercado. Como existen tantas empresas similares en los diferentes rubros, es necesario tomar medidas para mejorar tus estrategias y destacarte en el mercado (párr. 4).

La competencia se presenta como un factor esencial que impulsa la constante evolución y mejora de las estrategias comerciales. La existencia de varias empresas exportadoras de yuca que ofrecen productos similares en un mismo nicho de mercado destaca la necesidad de la diferenciación y la innovación como estrategias cruciales. En este entorno competitivo, las compañías se ven obligadas a mejorar sus prácticas y ofrecer un valor distintivo a sus clientes.

Categoría 6. Empaque

Descripción

Esta categoría indica que el empaque no solo tiene que ser funcional y atractivo visualmente para los clientes, sino también respetuoso con el ambiente. En conjunto, estas perspectivas resaltan la importancia de enfocarse en el estudio de las opciones de empaque sostenibles y atractivos, que contribuyan a la preservación del ambiente. De la presente categoría se tienen las siguientes opiniones:

«Que se enfoquen en el estudio de las opciones de empaque, que sea amigable con el medio ambiente, ya que el empaque es una forma de atracción de clientes» (Entrevistado 3).

«El estudio de las opciones de empaque, Costa Rica se caracteriza por ser un país sostenible y que mejor que al exportar el empaque también pueda ser amigable con el ambiente y al mismo tiempo atractivo a la vista» (Entrevistado 7).

Análisis

Costa Rica, es un país que cuenta con un enfoque en la sostenibilidad, las personas entrevistadas destacan la oportunidad que existe al estudiar las opciones de empaque para exportar productos con empaques atractivos y, a la vez, amigables con el ambiente. Esta perspectiva no solo contribuirá a la preservación del ambiente, sino que también puede ser una ventaja frente a otros mercados.

Procomer (2020) menciona lo siguiente sobre el estudio de las opciones de empaque:

Resulta importante que los empresarios se mantengan actualizados sobre las preferencias e innovaciones del sector, en este caso, no solo en términos del producto como tal sino también de su empaque, el cual posee cada vez más participación como factor decisivo o estimulante para la compra, especialmente cuando se trata de empaques sostenibles que aportan algún valor agregado en términos de sus materiales, reutilización o programas de sostenibilidad impulsados por el fabricante (párr. 6).

El empaque ha adquirido un papel cada vez más importante como factor determinante en la decisión de compra. En la actualidad tienen gran relevancia los empaques sostenibles, que aportan un valor adicional a través de sus materiales respetuosos con el ambiente. Además, surge la necesidad de adaptación y de enfoque en la innovación para las empresas exportadoras de yuca que aspiran al éxito en un mercado en constante evolución.

Categoría 7. Valor agregado

Descripción

La presente categoría se refiere al valor agregado. Al presentar la yuca en formatos más atractivos se abre la puerta a un mayor interés por parte de consumidores que valoran la versatilidad del producto. Aunque ya existen opciones, la búsqueda de nuevas alternativas que generen aún más valor agregado es un desafío constante en la producción de yuca. Por esto, las personas entrevistadas mencionan:

«Claro que se debe dar valor agregado a este producto agrícola, mediante productos derivados de la yuca como chips, harinas, pure de yuca, entre otros, que visualmente se ven más atractivos para los clientes» (Entrevistado 3).

«Bueno el valor agregado siempre es importante si se quiere entrar a mercados nuevos, por ejemplo Europa y Estados Unidos que son personas que normalmente no consumen la yuca, por eso se debe presentar la yuca de una forma diferente, ya que si lo ven en chips y en otras presentaciones posiblemente esas personas si van a preferir el producto sobre todo porque el producto cuenta con diferentes cualidades como que es libre de gluten» (Entrevistado 4).

«Ya hay yuca que está saliendo congelada, otra con parafina, y chips. Si hay otra alternativa que genere valor agregado se puede hacer, pero ya existen esas tres oportunidades viables para la yuca» (Entrevistado 6).

«Las personas actualmente buscan la yuca en productos derivados que son los productos con valor agregado por ejemplo: bolas de yuca para el air fryer, yuca precocida porque es más rápida, yuca sin vena para no tener que desvenarla» (Entrevistado 8).

Análisis

La categoría de valor agregado en el sector productivo de la yuca es un enfoque esencial para mejorar su atractivo en el mercado. Los entrevistados mencionan la importancia de diversificar la oferta de yuca, transformándola en productos atractivos como *chips*, harinas y puré. Este enfoque es relevante cuando se trata de incursionar en mercados internacionales como Europa, donde la yuca no es una elección común.

El Equipo Editorial Upnify (2022) agrega lo siguiente sobre el valor agregado:

El valor agregado es el factor determinante para el éxito de tu negocio, ya que, le darás un mayor valor comercial que marcará la diferencia entre tu producto o servicio con los de la competencia, ya sean productos o servicios adicionales que ayudará a que el consumidor elija tu marca, que te harán ver como una opción más atractiva para ellos, y así mejorar la relación precio-valor (párr. 1).

De acuerdo con lo expuesto, es importante brindarle valor agregado a un producto como la yuca. Transformar la yuca en productos procesados o preparados de una manera innovadora ayuda a ampliar las oportunidades en los mercados internacionales diversificando la oferta para los

clientes que prefieren la yuca en otras presentaciones. Esto también ayuda a incrementar significativamente el valor económico del producto.

Unidad de análisis 3: consideraciones logísticas

La tercera unidad de análisis hace referencia a las consideraciones logísticas de la exportación de yuca costarricense hacia el mercado de España. Con esta investigación se pretende obtener datos sobre los aspectos que se deben considerar con anticipación al exportar a este mercado, por ejemplo, empaque, embalaje, requisitos que deben cumplirse, transporte internacional, entre otros elementos. A continuación, se pueden observar las diversas categorías que salieron de dicha unidad:

1. Certificaciones de calidad
2. Embalaje óptimo
3. Presentación
4. Transporte internacional
5. Parafina

Categoría 1. Certificaciones de calidad

Descripción

La presente categoría se analiza porque se menciona en las respuestas de las entrevistas la importancia de contar con certificaciones de calidad. El mercado europeo presenta una mayor exigencia en cuanto a los estándares de calidad y las normas que deben cumplir los productos que ingresan. En este sentido, contar con certificaciones de calidad y buenas prácticas de producción

se vuelve una necesidad al ingresar. Lo anterior puede ejemplificarse al observar la respuesta obtenida en la muestra:

«En general el mercado Europeo es un poco más exigente al respecto de los productos que ingresen y con que normas cumplen por lo cual es importante saber que es necesario contar con certificaciones de calidad y de buenas prácticas de producción, principalmente GLOBAL GAP es de las primeras requeridas» (Entrevistado 2).

«Están pidiendo una variedad de certificaciones de calidad que hay que cumplir para el ingreso a Europa» (Entrevistado 5).

«Una de las principales es la certificación GLOBAL GAP y certificados de origen» (Entrevistado 9).

Análisis

De acuerdo con la información obtenida, esta categoría se enfoca en la importancia de las certificaciones de calidad, ya que se aborda la demanda del mercado europeo en términos de estándares de calidad y normativas aplicables a los productos que ingresan. La necesidad de contar con certificaciones de calidad y buenas prácticas de producción, se convierten en aspectos importantes para el ingreso a este mercado.

Procomer (2020) indica lo siguiente sobre las certificaciones de calidad:

Los países de destino solicitan certificaciones que forman parte de los llamados requisitos *corporativos* de exportación, ya que son los clientes quienes lo solicitan.

Varían dependiendo de la región del mundo a la que se dirija la exportación, por

ejemplo: en el caso de la Unión Europea es ampliamente requerida la Global Gap que tiene un enfoque en la adopción de Buenas Prácticas Agrícolas (párr. 5).

Las certificaciones de calidad ofrecen a los clientes una forma de evaluar el compromiso del exportador con la calidad de su proceso de producción. Además, ayuda al producto a competir de manera sólida en el mercado. Estas certificaciones ayudan a obtener ventaja frente a otros oferentes de diversos mercados, ya que representan un gran valor al ofrecer a los clientes productos de calidad.

Categoría 2. Embalaje óptimo

Descripción

La segunda categoría hace referencia al embalaje óptimo. Esta es una característica primordial en el momento de elegir lo que protegerá la mercancía al enviarse a un mercado internacional. Por esta razón, es importante determinar el embalaje que permita asegurar y garantizar que la mercancía llegue en las mejores condiciones a su destino. Seguidamente, se detallan los comentarios de las personas encuestadas para la presente categoría:

«Un embalaje óptimo que permita que el producto llegue a su destino en las mejores condiciones, de ahí la importancia de conocer bien el producto y buscar preservar su vida útil» (Entrevistado 2).

«Lo que ya se ha implementado para el embalaje de yuca es la caja de cartón corrugado, que protege a la yuca que no se vaya a dañar, es lo que más ha funcionado hasta el momento. Si se pudieran hacer de materiales que sean reciclajes, compostables, incluso se ha conversado de tener materiales elaborados de la misma celulosa que puede ser a partir de yuca, pina o de cualquier otro recurso que ya se tenga aquí sería lo mejor» (Entrevistado 4).

«Cajas de cartón corrugado es el embalaje que ha funcionado hasta el momento, que vaya engrapado, y ahora se está buscando una goma para sustituir las grapas. Y en el caso de yuca congelada es en bolsa. Normalmente, el embalaje es de 18 a 20 kg» (Entrevistado 6).

Análisis

Respecto a esta categoría, las personas entrevistadas resaltan la importancia de seleccionar el embalaje óptimo para asegurar que la mercancía llegue en buenas condiciones a su destino internacional. El uso de cajas de cartón y tarimas se menciona como una práctica común que se considera efectiva para proteger la yuca durante el transporte, de acuerdo con lo anterior las personas entrevistadas comentaron sobre el embalaje óptimo lo siguiente:

Silva (2019) agrega lo siguiente sobre la función del embalaje:

El Embalaje que es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte al informar en el exterior las condiciones de manejo, requisitos, símbolos, e identificación de su contenido. El embalaje es la protección del producto durante el transporte o almacenamiento (párr. 10).

El embalaje óptimo es aquel que se adecúe al producto, de manera que pueda asegurar que se mantiene en su lugar dentro del contenedor y que no permite que haya una contaminación dentro de este. Además, el embalaje debe encargarse de que el producto llegue a su destino en buenas condiciones y prevenir cualquier daño que pueda sufrir la mercancía durante el transporte.

Categoría 3. Presentación

Descripción

La tercera categoría se refiere a la presentación de la yuca. Esta es una consideración que hay que tomar en cuenta al exportar, para que la yuca sea uniforme y tenga una buena presentación para los clientes. Además, hay que aprovechar el mercado europeo diversificando las opciones de presentación de la yuca, ofreciendo productos derivados de esta. Por lo tanto, seguidamente se detallan los comentarios de las personas encuestadas para la presente categoría:

«La presentación de la caja es muy importante y la presentación del producto como tal que sea uniforme, además que el cartón sea de buena calidad para que no sufra de ningún daño» (Entrevistado 3).

«Si realmente queremos aprovechar el mercado con la parte europea, necesitamos definitivamente transformar el producto, ya sea en chips, producto congelado, puré de yuca, o cualquier otra presentación que no sea la raíz como tal porque no la conocen» (Entrevistado 4).

«Los clientes piden yuca muy uniforme, 40cm de largo y alrededor de 3 pulgadas de ancho. No les gusta la yuca punteada ni quebrada» (Entrevistado 6).

Análisis

La presentación de la yuca desempeña un papel fundamental en la exportación de este producto. Es importante tener en cuenta que tanto la caja como el producto se deben presentar de manera uniforme y que el material de la caja sea de alta calidad. Esto demuestra que la presentación comienza incluso antes de abrir el paquete, lo que puede influir en la percepción.

Además, las personas entrevistadas resaltan la importancia de ampliar las alternativas sobre cómo se ofrece la yuca a este tipo de mercado, proponiendo la variación del producto en diferentes presentaciones, como *chips*, la versión congelada o incluso en forma de puré. Esto se busca con el propósito de atraer el interés del mercado europeo, el cual no está familiarizado con la yuca en su manera original.

Categoría 4. Transporte internacional

Descripción

En la categoría cuatro se analiza el tema del transporte internacional para la exportación de yuca costarricense. Se caracteriza por su uso mayoritario a través de la vía marítima. Esta elección se debe a la necesidad de preservar la vida útil del producto. Por esto, se toman en cuenta las fuentes de información con las diversas opiniones dadas en la entrevista, las cuales son las expuestas a continuación:

«En el caso de los medios de transporte internacional, se puede por vía aérea y vía marítima, pero se utiliza en la mayoría de casos vía marítima para la exportación de yuca por un tema de costos» (Entrevistado 1).

«Marítimo en el mayor de los casos mientras se empaque y embalaje correctamente buscando preservar su vida útil» (Entrevistado 5).

«Casi que el único que se utiliza es medio marítimo debido al costo, no es rentable vía aérea es muy costoso» (Entrevistado 8).

«Sería marítimo, en contenedores de 40 pies, con temperatura controlada, si estamos hablando del producto agrícola» (Entrevistado 9).

Análisis

En esta categoría destaca que las exportaciones de yuca costarricense al mercado español se realizan mayoritariamente vía marítima, siempre y cuando se empaque y se embale adecuadamente la mercancía, para preservar la vida útil de este producto perecedero y que así

llegue a los clientes finales un producto de calidad y sin ningún daño. Al respecto, Procomer (2020) menciona que: «Debemos considerar la oferta logística disponible y cuál es la mejor ruta para el ingreso al mercado, ya que los productos agrícolas tienen una menor vida útil que los procesados» (párr. 9).

Categoría 5. Parafina

Descripción

La última categoría que se deriva de la tercera unidad de análisis corresponde a la parafina. La parafina, un derivado del petróleo, es un elemento esencial en el proceso de preparación de la yuca para su consumo. Aunque es importante destacar que la parafina es tóxica y no debe ingerirse, desempeña un papel relevante en la yuca por su capacidad para preservar el producto durante el transporte y almacenamiento, sobre la parafina las personas entrevistadas indicaron:

«La parafina es un derivado del petróleo, por ende, es tóxica y no se puede consumir sin embargo ellos no entienden que la parafina se le quita a la yuca para poder comerla. Si se quiere exportar directamente a España la yuca tiene que ir sin parafina, en una bolsa biodegradable o de plástico sellada lo que reduce la vida anaquel casi al 60% y cuando llega la yuca lo que se tiene es una semana para venderla. Si lleva parafina tiene una vida anaquel de 60 días» (Entrevistado 1).

«Prohibieron la parafina en España, lo cual es una limitante para el ingreso de la yuca a este mercado si se quiere que el producto llegue con parafina» (Entrevistado 4).

«Si va directamente a España hay que tomar que no vaya con parafina o la destruyen. Pero enviarla sin parafina es todo un riesgo puede llegar podrida, húmeda y reduce la vida anaquel. Algo que se hace es que se manda a Holanda, Bélgica o Portugal y de ahí se hace una logística vía terrestre hasta España, lo que tiene un costo pero es la única forma en este momento de enviar

la yuca con parafina que es como al consumidor le gusta, se ve limpia, brilla, se ve rica, en cambio, sin parafina va llena de tierra y se ve menos atractiva de lo que ya es» (Entrevistado 8).

Análisis

Las restricciones impuestas en España prohíben la entrada de yuca con parafina, lo que plantea desafíos considerables para los productores que desean acceder a ese mercado. Sin embargo, enviar yuca sin parafina implica tomar el riesgo de que pueda deteriorarse durante el viaje y reducir su vida útil. Román (2018) menciona lo siguiente sobre la parafina en la yuca:

Se le aplica a la a yuca una capa de parafina que será la que protegerá al producto permitiendo que la vida útil se incremente de dos semanas hasta dos meses. Para la aplicación de esta técnica se deben usar raíces en óptimo estado; sanas, libres de cortes y magulladuras y que sean de calidad aceptable dentro de las 24 horas posteriores a la cosecha del recurso (Aristizábal, y Sánchez, 2007) (s. p.).

Cabe destacar que, actualmente, para que la yuca pueda llegar parafinada a España los exportadores de yuca costarricense optan por rutas alternativas a través de los Países Bajos, Bélgica o Portugal y de ahí se hace la logística vía terrestre a España, lo que tiene un costo. Pero, es la única forma en este momento de enviar la yuca con parafina, que es como al consumidor le gusta, ya que sin parafina se ve menos atractiva de lo que ya es.

Interpretación de los datos

A través de los años, las empresas exportadoras de yuca en Costa Rica han ganado terreno y experiencia en diferentes mercados internacionales. Dichas compañías cuentan con un nivel de experiencia importante y de gran conocimiento relacionado con la exportación de yuca, lo cual se ha explotado para generar un mayor aporte a la economía costarricense, aprovechando la demanda

de productos saludables y atractivos que existe en el ámbito mundial, donde España no es la excepción.

Para sintetizar el tema del sabor y la calidad de la yuca costarricense, ambos se relacionan con la posición que tiene Costa Rica en el mercado de poder ofrecer a las personas consumidoras y compradoras internacionales una yuca que destaca por su sabor dulce y que, además, cuenta con la calidad que se necesita para ser competitiva frente a la yuca de otros países. A pesar de que pueden conseguir la yuca a precios menores en otros mercados, ya que Costa Rica no compite por los precios, siguen prefiriendo la del país por su calidad.

Otro punto importante por destacar es la ubicación estratégica con la que cuenta el país para la entrada y salida de mercancías a través de rutas marítimas, lo que se traduce en eficiencia y agilidad en los tiempos de entrega de los productos solicitados. Lo anterior ayuda a la competitividad de la yuca frente a la de otros países. Otro punto no menos relevante es la diversidad de variedades de yuca para el consumo humano que hay en Costa Rica que enriquece la oferta y fortalece la competencia del producto, particularmente en regiones como Europa y Estados Unidos.

Como resultado de las respuestas de las entrevistas, se indica que el tema de la industrialización y darle valor agregado a la yuca son oportunidades que pueden marcar la diferencia en el mercado español al ampliar la oferta exportadora, ya que los europeos no están tan familiarizados con la raíz de la yuca como tal. Por lo tanto, es importante ofrecer a este mercado la yuca en presentaciones diferentes para la atracción de las personas consumidoras europeas.

De la tecnología y la innovación se afirma que estos temas son esenciales para que el sector productivo de la yuca costarricense fortalezca su competitividad y se potencie en el ámbito comercial. Es importante la incorporación tecnológica en este sector porque ayuda a la mejora de la calidad del producto y la eficiencia en la producción y el mantenimiento de los cultivos. Además, esto se relaciona con la importancia de la innovación para que los productores de yuca no se queden atrás con prácticas tradicionales y puedan satisfacer las necesidades del mercado que cada día cambia.

Cabe destacar que en Costa Rica la competencia en el ámbito local de exportadores de yuca a diferentes mercados internacionales va en aumento, lo que reta a estos exportadores a mejorar el producto que ofrecen para destacar ante su competencia. En este contexto surge la necesidad de

enfocarse en la investigación de alternativas de empaque sostenibles y atractivos, así como en la reducción de los costos. Lo anterior tiene el fin de ofrecer un producto que sobresalga, tanto en el mercado local como en el internacional.

Por otro lado, se deben tomar en consideración las certificaciones de calidad para el ingreso a un mercado como España, ya que es un poco más exigente con los productos que ingresan y las normas que deben cumplir. Por esta razón, es necesario contar con certificaciones de calidad y de buenas prácticas de producción. Estas ayudan a obtener ventaja frente a otros oferentes de diversos mercados, pues representan un gran valor al ofrecer a los clientes productos de calidad.

Conviene enfatizar en que la yuca debe exportarse en un embalaje óptimo que permita que el producto llegue a su destino en las mejores condiciones, de ahí la importancia de conocer bien el producto y buscar preservar su vida útil. Además, los exportadores deben ser cuidadosos con la yuca que exportan manteniendo siempre una presentación adecuada y que la yuca sea uniforme.

Seguidamente, el transporte internacional usado para la exportación de yuca a España es vía marítima, ya que es el más factible en temas de costos. Por último, otra de las consideraciones logísticas por tomar en cuenta es la parafina, pues España no permite la yuca de esta manera y al enviarla sin parafina se corre el riesgo de que la yuca llegue en mal estado, además de que reduce la vida anaquel.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este se muestran las conclusiones y recomendaciones, las cuales se relacionan con los datos recolectados durante todo el desarrollo de la investigación realizada. Esto se hace de acuerdo con los objetivos propuestos y la pregunta del planteamiento del problema: ¿Cuál es el potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España en el periodo 2021-2023?

Conclusiones de la investigación

Con respecto a la ubicación geográfica estratégica de Costa Rica, se concluye que es una ventaja en el ámbito de la logística para cumplir con los tiempos de entrega con eficiencia y agilidad, ya que facilita la entrada y la salida de mercancías a través de rutas marítimas. Para concluir, el país cuenta con altas siembras de producción de yuca y gran disponibilidad de tierras que es el espacio para poder sembrar, lo que contribuye significativamente a la competitividad de Costa Rica frente a otros mercados que ofrecen el mismo producto.

En conclusión, el sabor dulce de la yuca costarricense destaca como un factor clave que hace que las personas consumidoras y compradoras internacionales prefieran la yuca de Costa Rica que la de otros mercados. Los almidones que tiene hacen que su sabor y textura sea muy agradable para el consumidor.

En resumen, la yuca costarricense destaca por su calidad. Costa Rica domina el mercado al ofrecer una yuca suave y blanca, indiferentemente de que no lo pueda suplir todo por su tamaño. Esta característica la diferencia de otras yucas en el mercado, lo que contribuye significativamente a que la prefieran.

Resulta necesario decir que Costa Rica cuenta con variedades de yuca que no se dan en todo el mundo, las cuales se emplean para el consumo humano. Esto hace que el país sea competitivo especialmente en Europa y Estados Unidos. Además, la variedad Valencia es una yuca bastante blanca que es como al consumidor le gusta.

En resumen, la industrialización de la yuca es un tema que ya se realiza en Costa Rica para poder cobrar más. La yuca es un tubérculo del cual se pueden elaborar productos derivados y los exportadores costarricenses no se pueden quedar atrás y apostarle nada más a lo agrícola, por un tema de mercado y hacia dónde apunta.

En síntesis, la reducción de costos se presenta como un desafío en la producción de yuca costarricense, ya que Costa Rica es más caro en comparación con otros países que ofrecen precios menores. Por ende, reducir los costos es crucial si se desea ofrecer a los clientes un producto competitivo en cuanto a precio.

Se evidencia que ya se da una incorporación tecnológica en el sector productivo de la yuca, mediante el uso de drones para regar y fumigar las plantaciones y en el proceso de empaque con las formadoras de bolsa. Todo esto ayuda a fortalecer la competitividad, la calidad y la eficiencia en la producción.

Se determina la importancia que tiene el tema de la innovación para los productores de yuca, deben mantenerse en investigación constante para no quedarse atrás con prácticas tradicionales y potenciarse comercialmente. Este es un mercado bastante consolidado, pero siempre hay espacio para alguien que desee innovar.

En suma, sobre el tema de la competencia y según la investigación, cada vez hay más exportadores de yuca en Costa Rica, lo cual aumenta la competencia en el ámbito local. Esto se presenta como un desafío para este sector productivo y un motivo para esforzarse y destacar en su propio país.

Se destaca entre las oportunidades de mejora que los exportadores de yuca deben darle enfoque al estudio de las opciones de empaque, ya que Costa Rica se caracteriza por ser un país sostenible. Por lo tanto, esto se debe aprovechar para ofrecer empaques amigables con el ambiente que, a la vez, sean atractivos a la vista.

Se concluye que el valor agregado que se obtiene al diversificar la oferta de yuca es primordial para ofrecerla al mercado español en diversas presentaciones, considerando que son personas que no están familiarizadas con el producto. De ahí la importancia transformar la yuca en productos atractivos como *chips*, harina, masa o patacones.

Respecto a las certificaciones de calidad, se determina que el mercado europeo es más exigente. Por eso, es importante contar con certificaciones de calidad y buenas prácticas, esto ofrece a los clientes una forma de evaluar el compromiso del exportador con la calidad de su proceso de producción.

Por consiguiente, el embalaje óptimo de la yuca es el que permita que el producto llegue a su destino en las mejores condiciones. Para este caso, el embalaje usado para enviar yuca a España es una caja de cartón corrugado que protege a la yuca para que no se dañe, es el que ha funcionado hasta el momento.

En pocas palabras, la presentación de la yuca es una consideración logística fundamental para la exportación a este mercado, ya que es como el cliente percibe y quiere que le llegue el producto. Específicamente en el mercado español piden una yuca uniforme, que no vaya ni punteada ni quebrada.

Consecuentemente, se concluye que el transporte internacional usado para la exportación de yuca a España es vía marítima por un tema de costos. Siempre y cuando se empaque y embalaje correctamente buscando preservar su vida útil y que la yuca llegue en las mejores condiciones a su destino.

Finalmente, se concluye que España prohibió el acceso de la yuca con parafina. Lo que hacen los exportadores costarricenses es enviarla a los Países Bajos, Bélgica o Portugal y de ahí se hace una logística vía terrestre para que llegue a España con parafina que es como al consumidor le gusta.

Respondiendo a la pregunta del planteamiento del problema se concluye acerca del potencial de comercio de la yuca costarricense hacia el mercado de España que el producto en investigación cuenta con cualidades que la diferencian de otros mercados de forma positiva como el sabor, la calidad y las variedades. Sin embargo, se destaca la necesidad de presentar la yuca al mercado español de una manera diferente y no la raíz como tal, esto se puede lograr mediante la diversificación de productos a base de yuca.

Recomendaciones

Primero, se recomienda a los exportadores seguir industrializando y diversificando productos elaborados a base de yuca para expandir las oportunidades de comercialización y aumentar el público meta.

Asimismo, se aconseja a los exportadores enfocarse en la reducción de costos de producción para ofrecer a los clientes un producto de calidad y a menor costo. Reducir los costos es crucial si se desea brindar a los clientes un producto competitivo en cuanto a precio.

De igual forma, se le sugiere a los exportadores que aprovechen cada oportunidad de incorporación tecnológica en el sector productivo de la yuca para fortalecer la competitividad del producto.

De la misma manera, se les recomienda a los exportadores mantenerse en constante innovación para no quedarse atrás con prácticas tradicionales, es un mercado bastante consolidado, pero siempre hay espacio para alguien que desee innovar.

Por otra parte, se insta a los exportadores de yuca a estudiar la competencia local para conocer los precios y poder mejorarlos, ya que cada vez aumenta más la competencia y se presenta como un desafío para el sector productivo de la yuca.

Se les recomienda a los exportadores de yuca costarricense estudiar las opciones de empaque que sean amigables con el ambiente para ofrecer a los clientes empaques sostenibles y atractivos.

Adicionalmente, se aconseja a los exportadores brindarle valor agregado a la yuca para ofrecer productos derivados a los españoles que son personas que usualmente no están familiarizadas con este producto.

Se insta a los exportadores a la búsqueda de información sobre cuáles son los requisitos para optar por certificaciones de calidad para cumplir con los estándares del mercado europeo que es un poco más exigente respecto a los productos que ingresan.

Igualmente, se insta a los exportadores para que la yuca cuente con un embalaje óptimo como la caja de cartón corrugada para que la mercancía llegue a su destino en las mejores condiciones y que, a la vez, ayude a preservar su vida útil.

Además, se aconseja a los exportadores tomar en consideración la presentación de la yuca al exportar para satisfacer las expectativas de los clientes españoles que piden una yuca uniforme, que no vaya ni punteada ni quebrada.

Se le sugiere a los exportadores realizar las exportaciones de yuca hacia España vía marítima para el ahorro de costos, es el medio de transporte internacional más viable para llevar a cabo este tipo de exportaciones.

Por último, sobre la parafina, se les recomienda a los exportadores enviar la yuca a los Países Bajos, Bélgica o Portugal y de ahí hacer la logística vía terrestre a España para que la yuca pueda ir con parafina que es como al consumidor le gusta.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

El brindarle valor agregado a un producto agrícola como la yuca es importante para el panorama actual. En un mercado internacional como España, cabe destacar que los europeos son personas que usualmente no consumen ese tipo de producto. Es crucial adaptar los productos a las preferencias de estos consumidores que, en su mayoría, no están familiarizados con este.

Por esto, se debe conocer el gusto y la preferencia del consumidor, o bien es necesario realizar algún tipo de campaña que permita desarrollar la necesidad por consumirlo. Una posible estrategia para los exportadores de yuca costarricense es el diversificar su oferta y presentar la yuca de una forma diferente y no solo la raíz, esto para aumentar el potencial de comercio de este producto hacia el mercado de España.

Objetivo general

Diseñar un catálogo de productos a base de yuca para estimular un aumento potencial en la oferta exportable costarricense, mediante la diversificación de productos hacia el mercado de España.

Objetivos específicos

Establecer cuáles son las mejores opciones de productos a base de yuca para exportación hacia el mercado de España.

Elaborar una página web donde se brinde asesoría a los exportadores de yuca costarricense sobre los productos a base de yuca para el aumento del potencial de comercio a España.

Propuesta

La presente propuesta se desarrolla con base en las necesidades destacadas en la investigación de adaptar la yuca costarricense a las preferencias de las personas consumidoras

españolas. Esta propuesta se dirige al departamento de Procomer llamado Centro de Asesoría de Comercio Exterior (Cacex), que son los encargados de asesorar a los exportadores para colocar sus productos internacionalmente.

Es primordial establecer cuáles son las mejores opciones de productos elaborados a base de yuca que a la vez tengan presentaciones atractivas para los españoles. La diversificación de productos a base de yuca se presenta como un aspecto clave según esta investigación, ya que abre oportunidades de presentarla al mercado español de diversas formas para ampliar la oferta exportadora.

Seguidamente, el desarrollo de una página web como herramienta de asesoría y consulta para los exportadores de yuca costarricense es esencial para proporcionar información y recursos valiosos que puedan ayudar a los exportadores costarricenses a comprender mejor las necesidades del mercado español. Esto también permite establecer productos que sean más atractivos en este mercado, mediante la diversificación que ayude al aumento del potencial de comercio.

Esta propuesta tiene como objetivo poner a disposición datos y brindar una asesoría adecuada a los distintos exportadores de yuca en Costa Rica que su mercado meta es España. Se pretende que la información proporcionada pueda adaptarse por cada exportador según sus características específicas y sus objetivos de mejora en la gestión. Lo anterior tiene el fin de optimizar su capacidad para ofrecer la yuca en diferentes presentaciones.

Ilustración 12: Propuesta de sitio web



De acuerdo con la Ilustración 12, en la sección de inicio, se puede observar la propuesta que se planteó para el sitio web en el cual los exportadores costarricenses tienen acceso para solicitar información y asesoramiento acerca de la exportación de yuca y sus derivados. Además, la página cuenta con diferentes apartados importantes como nosotros, servicios, productos, mercado, formulario y la información del contacto de la empresa.

Ilustración 13: Propuesta de catálogo

CATÁLOGO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA YUCA



Chips

Aperitivos crujientes hechos de rodajas finas de yuca que se frien hasta obtener una textura dorada y crujiente.



Harina de yuca

Se utiliza como un sustituto sin gluten en la cocina para hacer pan, repostería, y espesar salsas.

CATÁLOGO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA YUCA



Patacones

Crujientes patacones a base de yuca, para freír y disfrutar con frijoles molidos, guacamole o algún aderezo



Masa de yuca

Mezcla fácil y lista para usar para hacer pasteles y empanadas fritas para acompañar platillos

Al ingresar al sitio web, específicamente en el apartado llamado catálogo, los exportadores tienen acceso a la información de una serie de productos elaborados a base de yuca con el propósito de estimular un aumento potencial en la oferta exportable costarricense, mediante la diversificación de productos hacia el mercado de España. En este sitio web no solo pueden consultar por asesoría, sino que también cuentan con ideas de productos que tienen la posibilidad de implementar los exportadores para el ingreso al mercado español.

Ilustración 14: Apartado contacto



El apartado de contacto es esencial para cualquier sitio web, ya que en este se encuentran los datos para contactar la empresa. Aquí se incluye información como la dirección, número de teléfono, correo electrónico y la dirección oficial del sitio web. Esto facilita que los exportadores puedan plantear preguntas o inquietudes sobre el servicio de manera directa a través de los medios proporcionados.

Se concluye que el objetivo principal de esta propuesta radica en la consolidación de un sitio web que albergue una amplia gama de información esencial para ofrecer una asesoría altamente especializada a los exportadores de yuca en Costa Rica. Esta herramienta se propone como un recurso valioso que permite a los exportadores acceder a datos fundamentales que les

ayudan a comprender de manera profunda las exigencias del mercado español, así como las preferencias específicas en cuanto a los productos derivados de la yuca.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfa Editores. (2019). *La importancia del sabor en la industria alimentaria: seminario TECNOSABOR 2019*. <https://www.alfa-editores.com.mx/la-importancia-del-sabor-en-la-industria-alimentaria-seminario-tecnosabor-2019/>
- Alpizar, M. (2020). *Cadena de valor de la yuca*. <http://sistemas.Procomer.go.cr/EstudiosMercados>
- Alzamora, L. (2018). *Perfil de los productores de papa del Centro Poblado Llaucan para fines de exportación, 2018* (Tesis de Licenciado en negocios internacionales). https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32177/Alzamora_CL.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Ávila, L. (2018). *Plan de negocios para la producción e introducción de la masa de pan de yuca congelada en el mercado alemán* (Tesis de Ingeniería comercial con mención en administración de empresas). <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10047/1/UDLA-EC-TIC-2018-39.pdf>
- Barbosa, M. y Rueda, P. (2021). *Análisis de oportunidades para la exportación de productos elaborados a base de yuca producidos en el departamento de Santander, Colombia para mercados de países latinoamericanos* (Tesis de Profesional en Negocios Internacionales) <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/38327/2021BarbosaMaria.pdf?sequence=9&isAllowed=y>
- Bermúdez, D. y Salazar, A. (2018). *Plan exportador de harina de yuca refinada mediante encadenamiento productivo para la sustitución de cultivos ilícitos en la región sur de Bolívar* (Tesis de Profesional en Negocios Internacionales). https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/15410/2018_Daniela_Lucia_Bermudez_Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Camarillo, B. (2022). Costa Rica cuenta con alto potencial para convertirse en un hub logístico. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-cuenta-con-alto-potencial-para-convertirse-en-un-hub-logistico>

- Castro, J. (2023). *Desarrollo de comercio sostenible con miras a la exportación de yuca al mercado de Singapur en 2023-2024* (Tesis de Licenciatura en Comercio Internacional). Universidad Internacional de las Américas.
- Da Silva, D. (2023). *Analytics and Data. Análisis de la competencia: ¿Cómo hacer en 6 pasos?* <https://www.zendesk.com.mx/blog/analisiscompetencia/>
- Doing Business. (2020). *Tendencias de consumo que incentivan la exportación de raíces y tubérculos desde Costa Rica*. <https://directorioscostarica.com/blog/tendencias-de-consumo-que-incentivan-la-exportacion-de-raices-y-tuberculos-desde-costa-rica.html>
- Duarte, M. (2023). *España. Las diez ciudades más pobladas de España en 2023*. https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/las-diez-ciudades-mas-pobladas-de-espana-este-ano_17716
- Elizondo, C. (2022). *Estudio logístico de exportación del sector tubérculos, producto yuca de la zona huetar norte hacia el mercado de Miami en el primer semestre del 2022* (Tesina de Bachillerato en Comercio Internacional). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Elizondo, C. (2023). *Análisis de la ventaja competitiva en la logística de exportación de yuca de la región Huetar Norte hacia el mercado estadounidense en 2023* (Tesis de Licenciatura en Comercio Internacional). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Equipo Editorial Upnify. (2022). *Beneficios del valor agregado para tu negocio*. <https://upnify.com/es/blog/beneficios-del-valor-agregado-para-tu-negocio.html>
- Filtext. (2018, 22 de noviembre). *¿Cuáles son las diferencias entre envase, embalaje y etiquetado?* <http://filtext.com/blog/diferencias-entre-envase-embalaje-etiquetado>
- González, A. (2019). *Viabilidad para el desarrollo de un plan de negocio para la comercialización de la yuca a China* (Tesis de Especialista en gerencia de empresas). <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7484/1/444770-2019-II-GE.pdf>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.

http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Indeed. (2022). *Diez áreas de mejora en el trabajo*. <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/areas-mejora-trabajo>

Instituto de Desarrollo Rural. (2019). *Regionales. Región Huetar Norte*.

https://www.inder.go.cr/acerca_del_inder/direcciones_regionales/huetar_norte/index.aspx

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). *Cifras. Estadística continua de población*.

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2022). *Encuesta Nacional Agropecuaria 2021*. <https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-09/reagropecENAAGR%C3%8DCOLA2021-01.pdf>

Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA). (2021).

Manejo Agronómico Raíces y Tubérculos Yuca.

http://www.platicar.go.cr/images/buscador/documents/pdf/2021/medadapccryft_change_meta_.pdf

La Moncloa. (2022). *Sánchez subraya la voluntad de España y Costa Rica de seguir profundizando en las áreas de acción común entre ambos países*.

https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Paginas/2022/280322-sanchez-costa_rica.aspx

León, J. y Galvis, A. (2022). *Plan de marketing internacional para exportación de yuca desde República Dominicana hacia los Estados Unidos de América* (Tesis de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales).

https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/14133/T10319_Plan%20de%20marketing%20internacional%20para%20exportaci%C3%B3n%20de%20yuca%20desde%20Rep%C3%BAblica%20Dominicana%20hacia%20los%20Estados%20Unidos%20de%20Am%C3%A9rica.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- López, J. (2018). Comercio Internacional. *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- LSA Logística. (2021). *Claves para contratar empresas de transporte para exportación de carga internacional*. <https://lsalogistica.com/claves-al-contratar-empresa-de-transporte-de-mercancias/>
- Madriz, J. (2021). *Oportunidades comerciales del tren eléctrico limonense de carga (Telca) en el comercio internacional para el sector tubérculos de la provincia de Limón con miras a las exportaciones en el primer semestre del 2021* (Tesina de Bachillerato en Comercio Internacional). Universidad Internacional de las Américas.
- María, F. (2020, 30 de junio). Propiedades y beneficios del consumo de mandioca. *Ok diario*.
<https://okdiario.com/salud/propiedades-beneficios-del-consumo-mandioca-5828984>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s. f.). *Acerca del MAG. Historia del Ministerio de Agricultura y Ganadería*. http://www.mag.go.cr/acerca_del_mag/historia/index.html
- Ministerio de Comercio e Industrias. (2021). *Fichas país: España*.
<https://intelcom.gob.pa/storage/cat-tratados/July2021/uQqT84LUJuq36qdM6kzv.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, Sala de Prensa. (s. f.). *Costa Rica despliega su potencial comercial y de inversión ante empresarios españoles*.
<https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2022/marzo/cp-2730-costa-rica-despliega-su-potencial-comercial-y-de-inversi%C3%B3n-ante-empresarios-espa%C3%B1oles/#>
- Ministerio de Comunicación. (2021). *Comunicados. Declaran de interés público el cultivo, industrialización y consumo de yuca*.
<https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/08/declaran-de-interes-publico-el-cultivo-industrializacion-y-consumo-de-yuca/>
- Monge, B. (2020). *Empresas exportadoras de yuca en Costa Rica*.
<https://ecoexportnova.com/yuca/empresas-exportadoras-de-yuca-en-costa-rica/>

- Naranjo, I. (2022). *El e-commerce como medio para la inserción del sector tubérculos al mercado de la Unión europea en el primer semestre 2022* (Tesina de Bachillerato en Comercio Internacional). Universidad Internacional de las Américas.
- Navarro, J. (2018). *Estrategias mercadológicas que aplican las PYMES costarricenses para el ingreso al mercado español en el I cuatrimestre del 2019* (Tesina de Bachillerato en Comercio Internacional). Universidad Internacional de las Américas.
- OECD/FAO. (2020). *OCDE FAO Perspectivas Agrícolas 2020 2029*. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/a0848ac0-es>
- Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2023). *Ficha País: República de Costa Rica*.
https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/costarica_ficha%20pais.pdf
- Oto, J. (2021). *Plan estratégico para la exportación de la malanga hacia el mercado europeo por parte de la Empresa AVILENTER S. A.* (Tesis de Magister en Negocios Internacionales).
- Pinilla, I. (2021). *La inserción al mercado alimentario de Costa Rica con la producción de tubérculos procesados del departamento de Boyacá-Colombia, el caso de la papa criolla* (Tesis de Magister en Relaciones y Negocios Internacionales).
https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/39535/PinillaParradoIngridJohanna2021_%20Formato.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Presidencia de la República de Costa Rica. (2022). *Comunicados. Costa Rica despliega su potencial comercial y de inversión ante empresarios españoles*.
<https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2022/03/costa-rica-despliega-su-potencial-comercial-y-de-inversion-ante-empresarios-espanoles/>
- Procomer. (2019). *Alertas comerciales. Supply chain planning software como opción para reducción de costos*. https://www.procomer.com/alertas_comerciales/supply-chain-planning-software-como-opcion-para-reduccion-de-costos/
- Procomer. (2020a). *Exportador alertas. Empaques más sustentables para 2030*.
https://www.procomer.com/alertas_comerciales/exportador-alerta/empaques-mas-sustentables-para-2030/

- Procomer. (2020b). *Exportador. Mora, cúrcuma y subproductos de yuca con oportunidades para la diversificación del sector agroalimentario costarricense*. <https://www.Procomer.com/noticia/exportador-noticia/mora-curcuma-y-subproductos-de-yuca-con-posibilidades-para-la-diversificación-del-sector-agroalimentario-costarricense/>
- Procomer. (2020, 15 de julio). *Blog: 10 desafíos para la exportación de productos agrícolas en Costa Rica*. <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/blog-10-desafios-para-la-exportacion-de-productos-agricolas-en-costa-rica/>
- Procomer. (2021a). *Datos de raíces y tubérculos de enero a diciembre de 2021*. <https://www.Procomer.com/wp-content/uploads/OP.-raices-y-Tuberculos.pdf>
- Procomer. (2021b). *Exportador alertas. Principales tendencias tecnológicas estratégicas para 2022*. https://www.procomer.com/alertas_comerciales/exportador-alerta/principales-tendencias-tecnologicas-estrategicas-para-2022/
- Procomer. (2022). *Comprador Internacional. Productos agrícolas de Costa Rica participan en la feria fruit attraction 2022*. <https://www.Procomer.com/noticia/comprador-internacional-noticia/productos-agricolas-de-costa-rica-participan-en-la-feria-fruit-attraction-2022/>
- Procomer. (2023). *Noticia. Sector agrícola de Costa Rica exhibe su esencia en fruitlogistica 2023*. <https://www.procomer.com/noticia/sector-agricola-de-costa-rica-exhibe-su-esencia-en-fruitlogistica-2023/>
- Quirós, L. (2018). *Elaboración de un plan de exportación de yuca hacia un potencial mercado identificable* (Tesis de Licenciatura en Administración de Negocios Énfasis en Comercio Internacional). https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/828/1/TFG_Ulatina_Leidy_Quiros_Oviedo.pdf
- Roldán, P. (2020). *Definición técnica. Diferenciación de producto*. <https://economipedia.com/definiciones/diferenciacion-de-producto.html>
- Román, L. (2018). *Análisis de la cadena logística de la yuca en Costa Rica*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43335/1/S1701260_es.pdf

- Santos, D. (16 de febrero de, 2023). *Qué es la ventaja comparativa, cómo se mide y ejemplos*.
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-ventaja-comparativa>
- Sicex. (2021). *Noticias. Importancia de la innovación en las empresas exportadoras*.
<https://sicex.com/blog/relevancia-de-la-innovación-para-exportar/>
- Silva, A. (2019). *Embalaje de productos alimenticios*. <https://www.linkedin.com/pulse/embalaje-de-productos-alimenticios-alvaro-silva-sanchez/?originalSubdomain=es>
- Tiba Group. (2019). *Comercio exterior. Seguro de mercancías*.
<https://www.tibagroup.com/es/seguro-transporte-mercancias/>
- Tropifoods. (2023). *Yuca mandioca*. <https://tropifoods.com/en/cassava>
- Ulloa, E. (2020). *Caracterización de la comercialización internacional de mora, cúrcuma y subproductos de yuca*. <http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/009C1885-9099-4D2F-8AC7-1CF6845B4E87.pdf>
- Universidad Europea. (2022). *Logística y comercio internacional: ¿qué relación tienen?*
<https://universidadeuropea.com/blog/comercio-internacional-transporte-logistica/>
- Van Manen, M. (2014). *Phenomenology of Practice: Meaning-Giving Methods in Phenomenological Research and Writing*. Left Coast Press.
- Zelaya, O. (2022). *Boletín Sector Agrícola Costa Rica*. <https://central-law.com/costa-rica-boletin-sector-agricola/>

APÉNDICES

Anexos

Cuestionario para la investigación

1. ¿Cuáles cualidades considera que presenta la yuca costarricense que la hagan competitiva frente a la yuca de otros países?

2. ¿Cuáles aspectos existen en la producción de yuca costarricense que contribuyen a su competitividad frente a otros mercados?
3. ¿Cuáles factores clave hacen que las personas consumidoras y compradoras internacionales prefieran la yuca costarricense que la de otros mercados?
4. ¿Se debe continuar exportando la yuca como producto agrícola o debemos industrializarnos para exportar productos diversos derivados de la yuca?
5. ¿Cuáles desafíos enfrenta el sector productivo de la yuca costarricense?
6. ¿Existen oportunidades de incorporación tecnológica para fortalecer la competitividad de la producción de yuca costarricense?
7. De acuerdo con su experiencia ¿cuáles recomendaciones le daría al sector productivo de la yuca costarricense para potenciarse en el ámbito comercial?
8. ¿Cuáles son los requisitos que deben cumplirse para la exportación de yuca hacia el mercado de España?
9. ¿Cuál es el embalaje adecuado para la exportación de yuca hacia el mercado español?
10. ¿Cuáles características que se relacionan con el empaque de la yuca se deben tomar en cuenta para la exportación a España?
11. Según su experiencia ¿cuál es el medio de transporte internacional usado para la exportación de yuca al mercado español?