

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**DISEÑO DEL PLAN LOGÍSTICO PARA LA EXPORTACIÓN DE  
LICOR A BASE DE CAFÉ DE LA MICROEMPRESA FADIVA  
CON ENFOQUE EN LOS MERCADOS MEXICANOS.**

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

**María Fernanda Fallas Matamoros**

**TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN:  
MAP. ALONSO FALLAS SALAZAR**

**SEDE ARANJUEZ  
San José, mayo 2020**

## Contenido

Contenido .....	5
Lista de tablas.....	11
Lista de ilustraciones.....	12
Dedicatoria .....	13
Agradecimiento .....	14
Resumen ejecutivo .....	15
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA</b> .....	<b>16</b>
Planteamiento del problema de investigación.....	16
Objetivos de la investigación .....	18
Objetivo general .....	18
Objetivos específicos.....	18
Justificación de la investigación.....	18
Antecedentes de la investigación .....	20
Antecedentes internacionales.....	20
Antecedentes nacionales.....	24
Proyecciones de la investigación.....	26
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>27</b>
Fadiva .....	27
Comercio Internacional .....	28
Importancia del comercio internacional .....	28
Comercio internacional y Costa Rica .....	29
Costa Rica .....	29
Tratados de Libre Comercio.....	30
Beneficios de los TLC para Costa Rica.....	30
TLC de Costa Rica con México.....	31
México.....	32
Características del mercado de licor en México.....	33
Café .....	33
Subproductos del café.....	33
Licor de café.....	34

Mercado del licor de café en el mundo.....	34
Licor de café en Costa Rica.....	35
Licor de café en México .....	35
Logística .....	36
Plan logístico .....	37
Procesos de exportación .....	37
Canales de distribución.....	38
Tipos de exportación .....	39
Exportación directa .....	39
Exportación indirecta.....	39
Pasos para la exportación .....	40
Documentos comerciales y de exportación. ....	41
Factura comercial.....	42
Manifiesto de carga.....	42
Conocimiento de embarque .....	42
Declaración única aduanera de exportación.....	42
Permisos de exportación .....	42
Notas técnicas .....	43
Póliza de seguro .....	43
Carta de instituciones al agente aduanal .....	43
Carta de instrucciones al transportista .....	43
Certificados adicionales .....	44
Lista de empaque .....	44
Certificado de origen.....	44
DUCA .....	44
Logística de transporte.....	45
Transporte marítimo entre Costa Rica y México.....	45
Transporte aéreo entre Costa Rica y México.....	46
Transporte terrestre entre Costa Rica y México.....	46
Recomendaciones logísticas .....	46
Trazabilidad .....	47

Requisitos de ingreso en México .....	48
Instituciones importantes en acceso de alimentos a México .....	48
Etiquetado .....	50
Requisitos de envase y embalaje .....	50
<i>Envase</i> .....	51
<i>Embalaje</i> .....	51
Instituciones importantes en la exportación de licor de café.....	52
Icafé .....	52
PROCOMER .....	52
CADEXCO .....	52
COMEX.....	53
Servicio Nacional de Aduanas.....	53
Aduana .....	54
Ministerios de Agricultura y Ganadería .....	54
Ministerios de Salud .....	54
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....	55
Enfoque de la investigación .....	55
Diseño de la investigación.....	56
Fuentes de información .....	57
Fuentes primarias.....	57
Fuentes secundarias .....	58
Muestra .....	58
Unidades de análisis .....	60
Unidad 1. Requisitos, permisos y procesos .....	60
Unidad 2. Plan logístico.....	60
Instrumentos utilizados en la investigación.....	61
Cuestionario.....	61
Entrevista.....	61
Proceso para la recolección y análisis de datos .....	62
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	63
Unidad de análisis 1: Requisitos, permisos y procesos .....	64

Categoría 1. Capacidad de competencia.....	65
Descripción. ....	65
Análisis. ....	66
Categoría 2. Consumo de licor .....	67
Descripción. ....	67
Análisis. ....	67
Categoría 3. Requisitos aduaneros.....	68
Descripción. ....	68
Análisis. ....	69
Categoría 4. Importancia del ICAFE.....	70
Descripción. ....	70
Análisis. ....	70
Categoría 5. Documentación fundamental. ....	71
Descripción. ....	71
Análisis. ....	72
Categoría 6. Innovación.....	74
Descripción. ....	74
Análisis. ....	74
Categoría 7. Importancia del Ministerio de Salud.....	75
Descripción. ....	75
Análisis. ....	76
Categoría 8. Registro del producto. ....	78
Descripción. ....	78
Análisis. ....	78
Categoría 9. Registro de exportación.....	80
Descripción. ....	80
Análisis. ....	80
Categoría 10. Cumplimiento de permisos .....	81
Descripción. ....	81
Análisis. ....	82
Unidad de análisis 2. Plan logístico .....	83

Categoría 1. Información dispersa.....	84
Descripción. ....	84
Análisis. ....	85
Categoría 2. Capacitaciones.....	86
Descripción. ....	86
Análisis. ....	87
Categoría 3. Información accesible .....	87
Descripción. ....	87
Análisis. ....	88
Categoría 4. Importación en destino.....	89
Descripción. ....	89
Análisis. ....	89
Categoría 5. Trazabilidad.....	90
Descripción. ....	90
Análisis. ....	91
Categoría 6. Incoterms.....	92
Descripción. ....	92
Análisis. ....	92
Categoría 7. Ventajas de los convenios .....	93
Descripción. ....	93
Análisis. ....	94
Categoría 8. Costos.....	95
Descripción. ....	95
Análisis. ....	95
Categoría 9. Unidades de producto para exportar .....	96
Descripción. ....	96
Análisis. ....	97
Categoría 10. Ruta.....	97
Descripción. ....	97
Análisis. ....	98
Interpretación de los datos.....	100

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	103
Conclusiones .....	103
Recomendaciones.....	105
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	107
Objetivo específico .....	107
Proyección de la propuesta del mapa de ruta logístico .....	107
Capacidad productiva de la empresa .....	107
Ruta logística para la exportación de licor de café Fadiva .....	108
Proveedores .....	108
Incoterm.....	109
Logística de exportación.....	109
Mapa de ruta.....	110
Bibliografía.....	111
APÉNDICES .....	119
Apéndice A. Instrumento: Entrevista. ....	119
Apéndice B. Cotización realizada a la empresa UPS .....	120
Apéndice C. Cotización realizada a la empresa DHL .....	120

**Lista de tablas**

Tabla 1 Autoridades seguridad alimentaria México.....	48
Tabla 2 Lista de entidades seleccionadas para muestra. ....	59
Tabla 3 Categorías de la investigación, 2020.....	63
Tabla 4 Costo total de las cotizaciones realizadas .....	108

**Lista de ilustraciones**

Ilustración 1 Diagrama con el proceso de exportación paso a paso.....	40
Ilustración 2 Ruta aérea Costa Rica-México.....	110

## **Dedicatoria**

Este proyecto de graduación es el signo de esfuerzo, dedicación y perseverancia. Además, representa la conclusión de una de las etapas más importantes de mi vida y uno de mis primeros logros en el nivel profesional.

La dedico especialmente a Dios, por darme la fortaleza e inspiración para continuar y finalizar este proceso.

De igual manera, a las personas más importantes, mis papás Paula Matamoros Cordero y Leonel Fallas Monge por ser parte fundamental en mi crecimiento, educación y vida por ser esos pilares y la mayor motivación.

A mi hermano, familiares y amigos por su motivación constante, palabras de aliento y apoyo incondicional.

## **Agradecimiento**

Mi gratitud a Dios por ser el guía incondicional durante este proceso, por darme la fuerza para luchar por mis metas.

A mis papás, mi hermano y mi familia por su amor y apoyo incondicional por ser ejemplos de vida y trabajo duro.

A mis amigos y compañeros por su aliento, comprensión y consejos a lo largo de esta etapa.

A mi tutor de la investigación, MAP. Alonso Fallas Salazar y al Lic. Fernando Ramírez Cartagena por su apoyo, guía, paciencia y dedicación en la elaboración de este proyecto

A cada uno de los profesores de la Carrera de Comercio Internacional, por brindarme los conocimientos, su dedicación y apoyo a lo largo de esta formación académica.

## Resumen ejecutivo

La presente investigación fue elaborada con base en el *Diseño del plan logístico para la exportación de licor con base en café de la microempresa Fadiva, con enfoque en los mercados mexicanos*. El mismo posee dos objetivos específicos explicados ampliamente extendiéndose a la muestra de 9 personas, del presente en el estudio. Se implementó una encuesta compuesta por 9 preguntas para ampliar el conocimiento del tema en investigación, enriqueciendo el conocimiento y ampliando los puntos de vista sobre el mismo.

La investigación se basa en la incógnita sobre la elaboración de un plan logístico y los pasos que se deben seguir por parte de la microempresa Fadiva para lograr la internalización de su licor de café dentro del mercado mexicano. Asimismo, se observa la logística de transporte, documentación y la vía más favorable para realizar dicha exportación de una manera rápida, segura y con el menor costo.

Se establece, como conclusión, que sí resulta factible realizar dicha exportación ya que, gracias a las características del producto, este posee un buen nivel competitivo dentro del mercado meta, a su vez, se plantea realizar una exportación vía aérea representando una carga pequeña para posteriormente analizar el envío de una más grande utilizando otra vía de transporte.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

### **Planteamiento del problema de investigación**

El proyecto presente de investigación nace a raíz de la problemática que presenta la microempresa FADIVA con respecto a la exportación de su producto de licor con base en café, con respecto a los procedimientos y acatamientos por seguir tomando en cuenta el TLC entre Costa Rica y México. Desde el año 1995 se cuenta con un Tratado de Libre Comercio entre estos países, sin embargo, el 1° de julio del 2013 entra en vigencia la renovación de este un acuerdo adaptado a las reglas modernas, comprensivo y complejo.

Costa Rica cuenta con una alta gama de productos. Cuando se habla de exportaciones tales como el banano, la piña, dispositivos médicos y el café donde este último representa el 2,7% de las exportaciones de este país, no obstante, el café es un producto donde su precio es determinado por el mercado, el cual ya una vez fijado no se puede vender por un precio mayor al determinado, generando la creación de nuevos productos con base en café con fines de comercialización donde los productores establecen un valor a sus bienes de acuerdo con su calidad y su mercado.

En el nivel nacional, la exportación de café se realiza como grano de oro, donde posteriormente sus compradores son quienes se ven beneficiados por el proceso que le dan al mismo, creando pérdidas económicas por valor agregado a los productores nacionales, por lo anterior, se efectúan nuevos proyectos de alternativas de producción que brinden ese valor agregado como la microempresa FADIVA que da con el licor de café.

La microempresa FADIVA fue puesta en marcha el primero de mayo de 2012 con base en una idea de la familia Vargas Díaz, la cual se encargaba en un inicio de producir, beneficiar y comercializar café de calidad 100% Tarrazú, con el fin de mejorar las condiciones socioeconómicas de los colaboradores y sus familias. Su nombre comercial es Fadiva Tarrazú S.A.-Coffee Products.

Con el paso del tiempo, la microempresa ha analizado las posibilidades de expansión en la producción para seguir penetrando el mercado nacional e internacional, bajo la modalidad de venta

de café oro (listo para tostar) en sus diferentes calidades, de igual manera buscan incorporar productos fabricados con base en café como lo son: cremas de café, con licor en diversos sabores, licor de café, barras energéticas de café entre otros, los cuales actualmente muchos de ellos se comercializan en cadenas de supermercados en el nivel nacional como Wal-Mart, Másxmenos, Megasuper, Pricemart y buscan su expansión dentro del territorio nacional como su introducción en mercados internacionales.

Para toda exportación, se debe conocer el paso por seguir para la elaboración de la misma, por lo tanto, es fundamental realizar una indagación a profundidad sobre los requisitos, reglamentos y diversos procesos de aplicación para lograr cumplir con la investigación por realizar, con el presente incremento de productos con base en café y al ser proyectos nuevos, en el mercado costarricense existe la incertidumbre del cómo llevarlo a cabo.

La microempresa FADIVA al ser de pequeña y media empresa (pyme), no cuenta con la totalidad de conocimientos que son requeridos para desarrollar la logística que conllevan las exportaciones fuera del país por cuenta propia, ya que actualmente solo exportar su café en grano fuera del país por medio de intermediarios y sus alternativas de café solo se encuentran dentro del país en lugares muy específicos o por medio de su página de compra.

Los métodos de exportación son diversos y que cada uno de ellos va a ser diferente según la mercancía y los permisos que esta vaya a requerir para lograr entrar a su destino final. Todo lo anterior, va a depender de los convenios con los que cuente el país de origen con el de destino y la naturaleza del producto ya que algunos van a contar con una mayor lista de requisitos que otros.

Por lo tanto, se genera la siguiente pregunta

¿Cómo desarrollar el plan logístico para la exportación de licor con base en café de la microempresa FADIVA con enfoque en los mercados mexicanos?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Desarrollar el plan logístico para la exportación de licor con base en café de la microempresa FADIVA con enfoque en los mercados mexicanos.

### **Objetivos específicos**

Identificar los requisitos, permisos y procesos para la exportación de licor con base en café hacia México.

Determinar el plan logístico para la ejecución de la internacionalización de licor con base en café.

Diseñar el mapa de la ruta logística para la exportación de licor con base en café de Costa Rica con rumbo a México.

## **Justificación de la investigación**

De acuerdo con el artículo publicado por PROCOMER enfocado en la perspectiva para el mercado de bebidas alcohólicas, hace referencia a la ventana de oportunidades que, presenta este mercado por el cambio en el gusto de los consumidores con respecto al consumo de bebidas de mayor calidad y valor agregado, además, hace mención al continuo incremento dentro del sector de licores artesanales, microcervecerías y bebidas experimentales durante el año 2018. (PROCOMER, 2019).

Con los cambios dentro del mercado de bebidas empiezan a surgir pequeñas y medianas empresas (pyme) enfocadas en la producción de extractos no tradicionales y alternativas, dirigidas a garantizar mayor calidad y valor agregado a sus productos al momento de ser realizados de manera artesanal, como es el caso de la creación de licores con base en café.

Costa Rica se caracteriza por un café reconocido en el nivel mundial por su alta calidad dentro del mercado de los cafés finos. En el año 2017 se organizó la primera competencia de catación donde se seleccionaron diez de los mejores cafés como ganadores, la meta del sector cafetalero de Costa Rica es incrementar la venta dentro de los mercados finos con la estrategia “énfasis en calidad no en cantidad” (ICAFÉ, 2020).

En la actualidad el mercado del café se encuentra saturado por la gran cantidad de productores existentes, que, a pesar de la gran demanda del mercado, esta es superada por su producción, lo que lleva a algunos productores a independizar parte de la producción comprometida con sus cooperativas o beneficios privados y crear sus propias microempresas para dedicarse a la creación de productos alternos de comercialización sin perder la esencia de su producto original.

Al empezar los microbeneficios a crear, desde cero nuevos productos con base en café los lleva a extender la cartera de oferta de dicho sector dentro del mercado, tanto nacional como internacional, donde dichos bienes se desarrollan con el fin de generar un valor agregado en los mismo gracias al proceso artesanal existente en su elaboración como el carácter innovador siendo esto una de sus principales características.

La comercialización y la exportación de toda mercancía debe seguir un reglamento de acuerdo con su naturaleza por lo que se debe indagar detalladamente los requisitos y permisos para la salida, los cuales son brindados en este caso por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) y el ingreso del producto de acuerdo con lo requerido por las normas en su respectivo país y sus aduanas, de acuerdo con lo solicitado.

Es fundamental conocer los diferentes procesos de logística, tanto para la persona que va a enviar la mercancía como para la que lo va recibir, ya que de acuerdo con estos se va a estar al tanto de las responsabilidades que cubren cada uno de los involucrados al igual los tiempos que va a tardar la mercancía en llegar a su destino final y de esta manera garantizar la llegada precisa y en calidad del producto.

## **Antecedentes de la investigación**

### **Antecedentes internacionales**

De acuerdo con la tesina publicada por la universidad Politécnica Estatal del Carchi ubicada en Ecuador, realizada por María del Carmen Gordón Ortega en el año 2015, con la titulación *Oportunidades del mercado en China y la comercialización del Licor de Café, desde Maldonado provincia de Carchi*, hace referencia a la necesidad que existe sobre la innovación y creación de nuevos productos con base en café para crear una cartera más amplia para lograr un posicionamiento en los mercados internacionales y de esta manera incrementar del desarrollo económico de este sector.

Lo mencionado indica, la importancia de dar capacitaciones a estos sectores de la población, sobre los diversos métodos que pueden implementar para proporcionar un valor agregado a su café en grano, para esta manera obtener mayores ganancias y lograr un posicionamiento en el mercado nacional y a futuro en el internacional de manera independiente, siempre que cuenten con el respaldo de identidades del estado para su guía y aprendizaje.

Mediante la tesis publicada el 18 de octubre del 2016 por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) ubicada en Ecuador, de los estudiantes Sheisnarda Liz Rivera García y Cristian Marcelo Valarezo Tandazo, con la titulación *Producción y comercialización de licor de cacao y café*, hacen mención del aumento en la tendencia del consumo de café y de cacao en el nivel internacional, al igual del reconocimiento de las bebidas alcohólicas con un alto porcentaje de consumo, cada uno de dichos productos son exitosos dentro del mercado de manera independiente.

Conforme con lo anterior, se realiza la creación de productos que sean la mezcla perfecta entre el licor y el café o el cacao, esto con el fin de ingresar a los mercados y lograr una comercialización en el nivel nacional e internación, ya que los productos por si solos son exitosos si se unen en uno solo. Se analizan las inversiones que se deben realizar para alcanzar el éxito y el compromiso de la empresa con los nuevos productos.

En la tesis publicada el 14 de abril de 2019, por la universidad San Francisco de Quito (USFQ) ubicada en Ecuador, del autor María Laura Santelices Fierro titulada *Propuesta para crear una identidad cafetalera en Las Tolas, a partir de la capacitación de la comunidad en la plantación de café y sus productos*, como parte de su objetivo general se investigan los procesos a los que son sometidos el café en grano para hacer la aclaración de uno de sus objetivos específicos para promover la investigación de la producción artesanal, doméstica y la elaboración de productos derivados.

Se concluye como parte de la investigación, que los ingredientes y procesos por seguir para la elaboración de un licor de café, al igual de otras alternativas de productos innovadores para el aprovechamiento del café en grano, así como de sus residuos. A la vez se busca crear un valor de reconocimiento a la zona de creación incrementando el turismo por medio del mercado y la venta de sus productos.

De acuerdo con artículo publicado el 20 de setiembre de 2018 por la Embajada de la República de Guatemala en la Federación Rusa con el nombre *Licor de café artesanal guatemalteco “YAAKUN KAAPEH” desea introducirse al mercado ruso*, el señor Omar Mejía menciona como objetivo principal el promover el producto guatemalteco de licor de café artesanal por medio de la estrategia de degustaciones para conocer sobre la demanda real del mercado de los productos artesanales.

Por lo tanto, se hace mención a la importancia de participar en ferias de degustación para conocer más a fondo del mercado en el que se quiere incorporar y de esta manera conocer los gustos y el paladar de futuros compradores y manejar los cambios y mejoras la realización de un producto que sea bien recibido dentro del mercado de licor de café artesanal.

Con referencia en la tesis del estudiante Daniel Alejandro León Vivanco de la Universidad Nacional de Loja ubicada en Ecuador, publicada el año 2016, con el título *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de licor de café y su comercialización en la ciudad de Loja*, dentro de los objetivos se menciona la verificación que existe dentro del mercado con

respecto a la insatisfacción y de acuerdo con esto, ver la viabilidad para la introducción del producto al mercado.

De esta manera, se crea la importancia de conocer las exigencias que existen dentro de los compradores para garantizar una viabilidad en la introducción del licor de café al mercado al que se desea expandir para no generar pérdidas para la empresa, por un rechazo en el gusto de dicho producto.

Acorde con un trabajo de grado realizado por los estudiantes David Cabrera Espinosa y Luis Daniel Veléz Cardona de la Universidad Católica de Pereira ubicada en Colombia, publicado el 11 de mayo de 2018, nombrado *Estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de café con licor en polvo*, hace referencia a la creación de un producto nuevo en el mercado con la combinación del café y el licor, los cuales por separado reflejan una gran demanda por los consumidores, por lo tanto al combinar estos productos se cumple una demanda no satisfecha.

Se concluye, que el café y el licor son productos con una alta demanda de consumo en los mercados, por lo tanto, al realizar combinaciones y crear nuevos productos con base en los mencionados anteriormente se pueden llegar a posicionar con una alta demanda dentro del mercado.

En un artículo publicado el 07 de diciembre de 2016 por la revista nova (Colombia) de los autores Martha Elizabeth Cortés Rico y Olga Beatriz Ladino Soto nombrado *Elaboración de una bebida alcohólica usando subproductos del proceso de beneficio del café (pulpa de café)*, el objetivo principal de esta investigación es dar uso a los subproductos del beneficio del café y de esta manera dar una alternativa al impacto ambiental que estos generan en los ecosistemas cafetaleros, ya que en las bebidas de café solo se utiliza el 9.5% de su peso y el 90,5% son subproductos, vertidos a cuerpos de agua, los cuales pueden ser utilizados.

Se menciona la importancia de disminuir la contaminación ambiental, generando productos nuevos con base en café y de esta manera aprovechar de la mejor manera los subproductos y crear un impacto social por los ingresos de comercialización de los mismos.

Conforme a un artículo publicado por la revista ION (Colombia) por los autores Johanna Andrea Serna-Jiménez, Laura Sofía Torres-Valenzuela, Katherine Martínez Cortínez y María Camila Hernández Sandoval el 15 de agosto de 2017, titulado *Aprovechamiento de la pulpa de café como alternativa de valorización de subproductos*, se menciona la importancia de aprovechar los subproductos generados al momento de elaborar el café que todos conocemos.

Por lo tanto, es importante tomar en cuenta los subproductos para la creación de nuevas bebidas que pueden ser introducidos dentro del mercado, los cuales pueden generar una alta demanda y competitividad dentro de los mercados, pero con el cuidado de no perder la esencia del producto original.

En la tesis profesional presentada por Alexis Amin Corzo García y Janeth Viridiana Morales Ochoa de la Universidad de ciencias y artes de Chiapas ubicada en México, publicada en mayo 2019, titulada *Bebida fermentada de cascarilla de café aplicado en repostería*. La finalidad de esta investigación es buscar la alternativa para el uso de materia prima que se considera como residuos por la falta de información para el correcto uso y aprovechamiento de la misma y se busca la creación de una bebida de licor de café para consumo y aplicación en la repostería.

Lo anterior, se puede tomar la importancia de contar con la información para beneficiar a los productores de café para el aprovechamiento de los subproductos que son considerados como materia prima para la creación de los nuevos, los cuales al momento de tener un proceso de elaboración determinado pueden ingresar en el mercado y aportar ingresos económicos extras para sus creadores.

## **Antecedentes nacionales**

De acuerdo con un informe realizado por el Instituto Nacional del Café en Costa Rica (ICAFÉ) el 3 de diciembre de 2017 sobre *El análisis del mercado mundial del café*, se dice que es una de las materias primas que más se comercializan en el mundo, de la cual dependen muchas personas de manera directa e indirecta de su producción o venta. Una de las características principales del café es el cambio en los precios de venta ya que estos son determinados por entidades y no por sus productores.

Lo anterior se puede tomar como la importancia de la creación de productos derivados del café grano que tengan un valor agregado y puedan proporcionar mayores ingresos a sus productores, ya que si el café es un producto con altos índices de comercialización sus derivados también van a ser muy bien aceptados en el mercado por los amantes al sabor.

Acorde con el informe final realizado por ING, Randall Chaves Abarca, Lic, Victoria Chan Chan, M.Sc. Patricia Arguedas Gamboa y PhD. Jesús Mora Molina publicada el 2009 del Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) titulada *Desarrollo de productos no convencionales a partir de café y sus subproductos*, la investigación nace a raíz de la preocupación que presenta el INFOCOOP (Instituto Nacional de Fomento Cooperativo) por el mal manejo de residuos al momento del proceso del café de los cuales se pueden crear productos alternos de los mismos, nace la creación de licores con base en café para la exportación y venta nacional.

Por consiguiente, se resalta la importancia de brindar la información y capacitaciones adecuadas a las familias productoras de café para el manejo apropiado de los residuos de los cuales pueden desarrollar productos con los cuales generar un nuevo ingreso económico a sus familias y a sus sectores cafetaleros, como es la fermentación de residuos para la creación de licores con base en café.

Con respecto a la tesis del Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) publicada en junio 2019 del estudiante Jeffry Efraín Monge Salmerón, con el título *Estudios de perfectibilidad procesamiento artesanal y comercialización del fruto de café, por parte de la familia Monge*

*Salmerón de Corralillo de Cartago* con parte de sus objetivos se menciona el aprovechamiento de factores considerados como residuos e implementar un proceso artesanal y diversificar la producción para generar más ingresos y dar un valor agregado a sus producto.

Asimismo, se refleja la importancia de la diversificación de la producción de café ya que por lo general las empresas solo se centran en la elaboración de la bebida de café que todos conocemos y al generar nuevos productos con un valor agregado y sin perder la esencia original se produce un cambio en el mercado y una mejor rentabilidad.

Mediante a un artículo publicado por el Icafé (Instituto del Café de Costa Rica) publicado el 20 noviembre de 2018 titulado *Se abren mayores oportunidades para el Café de Costa Rica en la Unión Europea*, se hace de la mención la importancia de construir un entorno importante y favorable para las exportaciones de café y sus subproductos con el fin de contribuir al desarrollo económico sostenible para las pequeñas y medias empresas (pymes).

Por lo tanto, es importante tomar en cuenta la importancia de capacitar y contribuir con el desarrollo de las pequeñas y medias empresas (pymes) para mantener un desarrollo económico constante en el país por medios de este sector de producción.

Con referencia en un artículo publicado por elmundo.cr, el 3 de junio de 2020 con la titulación *Exportación de café de Costa Rica con tendencia positiva en el mercado*, la directora ejecutiva del Instituto del Café de Costa Rica (ICAFÉ), Xinia Chaves hace la mención que para los meses de marzo y abril del 2020 a pesar de la pandemia el 56% de los contenedores enviados son de café (grano en oro) ya que a causa del cierre de los comercios por la situación mundial, se está girando a la modalidad “consumo en casa” lo que favorece al mercado.

Además, se toma en cuenta que el mercado del café posee una alta demanda de consumo ya que se considera una bebida esencial en el día a día de las personas, por lo tanto, la producción y la exportación del mismo no se ha visto tan afectada económicamente a pesar de las circunstancias, lo cual es un mercado con un alto positivismo de ingreso en este mercado.

### **Proyecciones de la investigación**

Se realizará el estudio de los requisitos, permisos y procesos sanitarios tomando en cuenta lo requerido por el país de origen para aprobar la salida del producto al igual de los requerimientos por el país importador de acuerdo con sus reglamentos.

Se analizarán los diversos métodos logísticos para determinar el más factible que vaya a garantizar la llegada del producto en las mejores condiciones a su exportador; tomando en cuenta transporte, embalaje, empaques, seguros, almacenamiento y tiempo de llega de acuerdo con regulaciones de los países involucrados en la exportación.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### Fadiva

La microempresa Fadiva Tarrazú S.A fue puesta en funcionamiento el 01 de mayo del 2012, enfocada en la idea de la familia Vargas Díaz, la cual en sus inicios empezó solo pensaba en producir, beneficiar y comercializar café 100% Tarrazú y con esto apoyar y mejorar las condiciones de vida y socioeconómicas de sus propulsores y sus familias. El nombre Fadiva Tarrazú S.A se deriva de la combinación de los apellidos de la familia de forma inversa y del lugar de origen de la empresa.

Como principal objetivo proponen el crear, producir y beneficiar café de calidad donde se pretende recolectar 100% el café maduro y de esta manera garantizar un producto diferenciado y por ende reflejar el mismo en excelentes precios de venta en el mercado. Dentro de su misión está el “Somos la empresa familiar costarricense reconocida por la innovación y la alta calidad de nuestros productos de CAFÉ, obteniendo la satisfacción de nuestros clientes mediante procesos socioambientales” (Fadiva, 2020). Como parte de la visión mencionan “Ofrecer productos de café de alta calidad a los clientes, mediante la eficiente y eficaz ejecución de los procesos en la empresa aplicando la innovación y mejora continua según los requerimientos del mercado y las nuevas tecnologías” (Fadiva, 2020).

En la actualidad la microempresa Fadiva analiza la posibilidad de expansión en la producción con el fin de seguir penetrando el mercado nacional e internacional, esto bajo la modalidad de venta de café oro listo para tostar en sus diferentes calidades, así también incorporando sus productos con base en café, otros con sabor a café, glaseado de café “más conocida como mantequilla”, mermelada de pulpa de café, barras energéticas de café, entre otros. Por el momento dichos productos se comercializan en cadenas de supermercados en el nivel nacional como Wal Mart, Más x Menos, Mega súper, Price Smart y en diversos negocios en el nivel país buscando la apertura de más puntos de venta.

## **Comercio Internacional**

Con Huesca (2012) define el concepto de comercio internacional de la siguiente manera:

“Conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales” (pág.14)

El comercio internacional ha estado presente en la historia desde sus inicios, cuando los primeros pueblos presentaban excedentes en sus elaboraciones y buscaban la manera de intercambiar los productos por otros que representaran escasez para ellos, esto era conocido como trueque. Dichas prácticas se fueron extendiendo de comunidad en comunidad hasta traspasar las fronteras dando inicio al comercio internacional.

Esto puede tomarse como una salida profesional, ya que muchas veces las empresas o pymes prefieren experimentar en los mercados extranjeros ante la contracción del mercado y consumo interno, debido a la poca oportunidad de crecimiento y expansión dentro de sus territorios nacionales.

### **Importancia del comercio internacional**

Según Huesca (2012) el comercio internacional es importante por:

“Debido al movimiento que genera dentro de la economía local, regional y mundial; por cada transacción que se realice más de un sector se ve beneficiado, al generar un efecto en cascada desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de las mismas, y un sinnúmero de actores económicos involucrados” (pág.15,)

El comercio internacional facilita el intercambio de bienes, servicios, conocimiento y tecnología entre las diferentes naciones, ayudando a los países en vías de desarrollo a integrarse a los mercados internacionales, garantizando un adecuado reconocimiento. Además, es un incentivo al fomentar la competencia entre los países para innovar y buscar reducir costos en producción y de esta forma mantener la ventaja competitiva.

### **Comercio internacional y Costa Rica**

Costa Rica se ha centrado en el desarrollo comercial y su estratégica política de aprovechamiento del comercio desde hace más de 25 años, esto se puede evidenciar ya que el país desde antes de la independencia en 1821, el comercio internacional entabló un desarrollo de manera progresiva, esto lo ha llevado a posicionar al país dentro de los mercados extranjeros, tanto en el nivel de exportaciones como una oferta atractiva para la inversión extranjera.

El comercio en sus inicios se basó en la producción y exportación de tabaco, continuando con la producción de café y banano exportando principalmente a Europa, esto generando un efecto positivo en la economía costarricense gracias al inicio de la industrialización creando empleos para los habitantes y mayor desarrollo. Tanto el café como el banano se posicionaron como principales para dicha economía.

De acuerdo con lo anterior, Costa Rica ha evolucionado, ya que a mediados del siglo XX solo se apostaba al monocultivo, a la sustitución de importaciones, por desarrollar una economía diversificada basada en la tecnología de alta calidad, en la innovación. Todo esto con una visión para ampliar la participación dentro de los mercados mundiales y atraer una mayor inversión extranjera de manera directa con el fin de ofrecer una mejor calidad en el área laboral.

### **Costa Rica**

La economía de Costa Rica es considerada por muchos relativamente pequeña en comparación con otros países, sin embargo, es realmente abierta al mercado exterior o

internacional. Se puede mencionar el recibimiento de inversión extranjera directa, el intercambio de bienes y servicios, la exportación de diversos productos, esto generando como resultado la creación e implementación de políticas comerciales con el fin de facilitar el ingreso de los productos, bienes o servicios a los mercados internacionales.

### **Tratados de Libre Comercio**

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX, 2004) define los tratados de libre comercio de la siguiente manera: un tratado de libre comercio es un acuerdo comercial suscrito entre dos o más repúblicas donde su objetivo principal es establecer reglas para normar la relación comercial. Los TLC son utilizados como instrumentos de índole comercial para facilitar y promover las exportaciones e importaciones y la competitividad de los sectores productores de los países para desarrollar las economías y beneficiar en la creación de empleos. Según lo mencionado por COMEX, dicho acuerdo comercial consta de dos partes:

La primera parte consta de una normativa “que contiene reglas en materia de comercio de bienes, comercio de servicios, inversión, propiedad intelectual, mecanismos de defensa comercial, laboral, ambiental y la de mayor importancia, solución de controversias y otra con disposiciones sobre el acceso al mercado” (COMEX, 2004, p.2). La segunda parte incorpora los compromisos que los países adquieren para la eliminación gradual, en un determinado plazo, de los impuestos o aranceles a la importación y las demás restricciones al comercio recíproco. Al cumplirse este plazo, los productos importados ingresarán al territorio nacional sin pagar esos impuestos. (COMEX, 2004, p.2).

### **Beneficios de los TLC para Costa Rica**

Dentro de los principales beneficios de un TLC para Costa Rica, con referencia en COMEX (2004) se mencionan: promover las exportaciones, competitividad del sector productivo, estimula la creación de empresas y el incremento de las ya existentes, generando mayores fuentes de empleos; además, se benefician las empresas que producen bienes que luego se exportan por las

comercializadoras, asimismo, las exportadoras de servicios. De igual forma, gracias al valor agregado generado por las exportaciones se benefician pulperías, profesionales, restaurantes, entre otros, tanto en forma directa e indirecta. De igual manera, la eliminación de barreras al comercio entre los países negociantes, favorece al sector consumidor al brindar mayor opción de productos.

Para un país en desarrollo, como Costa Rica los convenios o acuerdos comerciales con países de primer mundo son de suma importancia para la política comercial, ya que la misma busca la apertura de nuevos mercados comerciales para exportaciones e importaciones, la incrementación en la inversión extranjera y estímulos en la producción. Actualmente, Costa Rica cuenta con un total de 14 acuerdos con países de diferentes continentes.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), que cuenten con actividades de exportación son de los sectores comerciales con mayor beneficio por parte de los TLC por la disminución existente en los costos, esto gracias al trato preferencial en la reducción o eliminación de aranceles.

De acuerdo con lo anterior, por lo general los países buscan estimular de alguna manera a las PYMEs para que las mismas logren alcanzar un mayor aprovechamiento de los acuerdos arancelarios y de esta manera alcancen la internacionalización.

### **TLC de Costa Rica con México**

Según la historia de Costa Rica y México, COMEX menciona, que para el año 1995 contaban con su primer TLC, sin embargo, en junio de 2008 los presidentes de Centroamérica y México llegaron al acuerdo de impulsar la correlación de los TLC vigentes entre los países de Centroamérica y México bajo el marco del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla. Esto es realizado con el fin de adaptar dichos tratos a las reglas modernas y a la realidad de la producción centroamericana.

El nuevo proceso de negociación inició en mayo de 2010, concluyendo en octubre de 2011 obteniendo un resultado positivo como lo es el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y México, el mismo entra en vigencia para Costa Rica el 01 de julio de 2013. Durante el período de

2009-2019 se presentó un crecimiento anual promedio de 5,1%, en tema de exportaciones se ve un crecimiento a una tasa promedio anual de 4,8% y en importaciones se registra un 5,2%. (COMEX, 2020).

## **México**

México, conocido oficialmente como Estados Unidos Americanos ubicado en América del Norte con una cultura Latinoamérica, cuenta con una enorme riqueza cultural y es una de las economías más estables del mundo a pesar de sus márgenes de pobreza y corrupción. Es uno de los países exportadores de petróleo y con un alto índice de turismo siendo, este último el principal ingreso per cápita.

Dentro de los principales problemas que presenta México para atraer inversión extranjera y consolidar nuevas relaciones comerciales, son los altos índices de inseguridad provocado por el narcotráfico nacional y la poca credibilidad en las Instituciones Gubernamentales y Autónomas. Sin embargo, es un mercado altamente competitivo donde sus consumidores se enfocan en la alta y diversa gama de sus productos, la innovación y la confianza.

Para ingresar a un mercado es importantes conocer las principales características de sus consumidores. En el caso de México, este mercado cuenta con diferencias socioeconómicas muy marcadas dentro de su población que se ven evidenciadas en el consumo. Se enfoca en el target infantil donde las familias destinan un gran porcentaje de sus ingresos en sus hijos. Dentro de sus principales métodos de compra se presenta el crédito, presentan una alta influencia del internet viéndose esta reflejado en sus compras en línea.

El ingreso de nuevos alimentos al mercado mexicano es muy favorable y amplio gracias a la apertura económica que da la oportunidad a sus consumidores de conseguir y tener a su alcance una amplia variedad de productos debido a las importaciones beneficiosas gracias a los tratados de libre comercio con sus países aliados.

## **Características del mercado de licor en México.**

El mercado mexicano refleja alta tendencia dentro del sector de bebidas alcohólicas de acuerdo con un informe de SICCEX (s.f) “el 26,6% de los mexicanos son consumidores recurrentes de alcohol, el contexto en el que más ingieren bebidas alcohólicas son las reuniones en domicilios particulares, seguidas por bares y restaurantes” (p.97), donde destaca el consumo y la venta en la división cervecera consolidada por la marca Corona como la más valiosa en el mercado, seguido por el tequila y mezcal dejando a licores como el whisky, ron o vodka en lugares más terciarios.

El consumo de bebidas alcohólicas se dividió regionalmente y por costumbres, la tendencia de compra va a variar por ejemplo en el norte y en la costa se prefiere la cerveza, el sureste y el occidente un sabor más concentrado y con identidad como el mezcal o tequila y en la capital del país poseen un consumo variado y está anuente al acceso de bebidas más innovadoras donde puede darse la introducción del licor de café siendo este mejor recibido dentro del mercado y sus consumidores.

## **Café**

Los inicios del café en América se remontan al año 1720 con la introducción de las primeras semillas de una especie nombrada *Coffea Arábica* variedad *Typica*, las mismas fueron sembradas en Costa Rica a finales del siglo XVIII. Durante dicha época Costa Rica solo poseía una agricultura de subsistencia, fue para 1808 que se empieza la siembra de café en el suelo costarricense siendo el primer país de Centroamérica en implementar esta industria, gracias a factores climáticos y al estado de la tierra favorecieron el asentamiento del “Grano de Oro” en el territorio. (Icafé, 2020).

## **Subproductos del café**

Los subproductos del café nacen a raíz de los altos índices de contaminación generados por los residuos del café. La mayoría de veces terminan en las fuentes de agua por su mal trato causando grandes problemas ambientales, los principales despojos son: la pulpa, cáscara, el agua residual del

café entre otros, de los cuales, a través de estudios, análisis y pruebas se ha comprobado que pueden ser utilizados para la creación de nuevos productos como las bebidas alcohólicas, combustible, biogás, abono, conservas alimenticias, té, miel, harinas y demás productos que cuentan con propiedades medicinales como los antioxidantes, fibra soluble dietética, intercambio de cationes, sustituto de grasa ayudando la salud, dependiendo su forma de consumo.

Dichos productos se crean con el fin de generar un valor agregado al café como tal y ayudado a reducir los niveles de contaminación provocados por los desperdicios donde las empresas muchas veces no cuentan con un adecuado programa para tratarlos, donde los mismo terminan generando mucha contaminación en sus sectores cercanos.

### **Licor de café**

Para realizar una exportación se deben conocer algunos aspectos principales. Entre ellos se encuentra el conocer el producto en su totalidad, de qué está conformado, sus características más relevantes, entre otros. En caso del licor de café se conoce que es un subproducto del café, esto quiere decir, que su esencia o la base del producto está en el café al cual se le realiza un proceso de fermentación para dar un valor agregado al mismo para hacerlo más llamativo en otros sectores del mercado.

### **Mercado del licor de café en el mundo**

El licor de café actualmente es un producto innovador, el cual no cuenta con un gran reconocimiento en el nivel mundial por su reciente existencia, sin embargo, es un producto que posee un valor agregado para sus productores y consumidores. Es considerado como un licor artesanal creado con el fin a aprovechar los residuos del café “grano de oro” y sacar un ingreso extra de los mismo y a la vez ayudar a reducir la contaminación ambiental provocada por los mismos.

Durante el paso del tiempo el mercado del licor o alcohol ha mantenido una importante presencia en los últimos siglos, siendo este cada vez más fuerte por su alto consumo y a la vez más

especializado, fino y de mayor calidad por la demanda del paladar de sus consumidores. La variedad de fusiones y combinaciones hacen de este muy atractivo, contribuyendo a que cada vez exista más variedad en este producto como lo que es el licor de café.

El mercado de licores, al ser ampliamente variable en sabores, aromas e innovador no cuenta con una aceptación dentro del mercado. El caficultor debe contar con un producto de alta calidad para competir dentro del mismo.

### **Licor de café en Costa Rica**

Costa Rica al ser un país altamente productor de café busca innovar y crear nuevos productos con base en el grano de oro. Muchos de los microbeneficios cafetaleros han optado por variar sus productos y no solo elaborar el café en grano o molido como la bebida que se conoce con normalidad. Dentro de las principales productoras de licor de café se encuentra SALICSA la cual se refiere al mismo de la siguiente manera:

Licor de Café Original de Costa Rica, representa una calidad y tradición mantenida por más de 30 años. Nuestro Licor de Café le brinda un verdadero significado a la historia del “Café de Costa Rica.” Usamos los granos de café gourmet más frescos cultivados en las zonas altas de Costa Rica. Es por esto que Café Rica encierra el aroma y sabor que ha conquistado los gusto más refinados en todo el mundo. (SALICSA, 2020, párr.1)

### **Licor de café en México**

La introducción del licor de café en el mercado mexicano se ha visto bien recibido por los consumidores gracias a su característico sabor y aroma, se considera un producto suave y natural para el paladar. Dentro de los principales licores de café reconocidos en México se pueden mencionar el Kahlúa originario de Veracruz y el Corajito originario de Chiapas.

Pernod (2020), menciona en su página web que el inicio del licor de café en México se remonta a:

Pionero del licor de café, Kahlúa nació en México en 1936. A principios de los años 1960, el empresario y coleccionista de arte Jules Berman lo introdujo en Estados Unidos. Si los orígenes de Kahlúa conservan un cierto misterio, su sabor triunfa en todo el mundo. (párr.1)

Además, Pernod (2020), hace referencia a sus principales componentes y características:

Kahlúa se compone de granos de café 100% del tipo arábica recogidos en el altiplano de Veracruz. Unos granos ligeros con notas de chocolate ligeramente torrefactados para desarrollar su delicado sabor y posteriormente molidos sumariamente con el fin de conservar su dulzor natural. El café molido se extrae luego con agua. Apenas filtrado, se mezcla con el alcohol de caña de azúcar, la vainilla y el caramelo. (párr.2)

### **Logística**

En la actualidad, la logística ha representado ser uno de los pilares dentro de las empresas, la misma favorece la eficiencia cubriendo las actividades de la organización tanto para compradores, proveedores como para sus dueños. En sus principios se la conocía por su concepto de distribución como variable del marketing y la comercialización de productos hasta pasar a ser una pieza clave en la economía de los mercados.

En otras palabras, se puede decir que la logística es el conjunto de actividades con el fin de colocar un producto dentro de un mercado al menor costo, en el momento requerido. La misma contempla los procesos de planificación, organización, transporte, almacenamiento y distribución del producto. Se pueden contemplar más detalladamente los términos de encargo de los pedidos, manejo de materiales, embalaje, control de stock y servicio al cliente.

El inicio de la globalización en el mundo provocó un cambio en la forma que tenían las empresas de ver, entender y trabajar la logística, al realizar cada vez más trámites internacionales. Las operaciones logísticas pasaron a formar parte de la cadena de producción de las empresas y a tomar mayor importancia que antes. La introducción de nuevos mecanismos tecnológicos ayudó a garantizar un mejor control y seguridad en la trazabilidad de la mercancía. Actualmente, muchas

compañías cuentas con programas diseñados para contar con la información minuto a minuto de sus productos desde el momento de salida, en el camino, hasta la llegada a su destino final.

Actualmente, la Promotora de Comercio (PROCOMER) ofrece a sus socios el Sistema Integrado de Logística (SIL), el mismo cuenta con amplia información de oferentes logísticos, itinerarios y servicios de contacto. Se pueden realizar procesos como solicitar cotizaciones, consultar conceptos, cálculo de costos operativos y de peso real versus peso volumétrico del producto. Ofrece enlaces directos a páginas web de aduanas, puertos, aeropuertos y ministerios. Siendo esto de gran ayuda al contar con información verídica y segura para los exportadores e importadores.

### **Plan logístico**

Las empresas exportadoras e importadoras deben contar con un adecuado plan logístico el cual se puede definir como una estrategia que toma en cuenta todas las habilidades y detalles desde la cadena de suministros, la producción, el transporte, los procesos por desarrollar desde la salida de la fábrica hasta el consumidor final con el objetivo de garantizar el traslado y que la mercancía sea entregada en las mejores condiciones.

La elaboración de un buen plan logístico garantiza a las empresas, la reducción en sus costos finales, mejor aprovechamiento de materia prima, mayor control de inventarios, permite estar en un control de las actividades de la empresa y a la vez ayuda a mejorar los procesos y la comunicación entre comprador y proveedor.

### **Procesos de exportación**

El artículo 2 de la Ley General de Aduanas menciona lo siguiente:

El territorio aduanero es el ámbito terrestre, acuático y aéreo en los cuales el Estado de Costa Rica ejerce la soberanía completa y exclusiva. Podrán ejercerse controles aduaneros especiales en la zona en que el Estado ejerce jurisdicción especial, de

conformidad con el artículo 6 de la Constitución Política y los principios del derecho internacional. Los vehículos, las unidades de transporte y las mercancías que ingresen o salgan del territorio aduanero nacional, estarán sujetos a medidas de control propias del Servicio Nacional de Aduanas y a las disposiciones establecidas en esta ley y sus reglamentos. Asimismo, las personas que crucen la frontera aduanera, con mercancías o sin ellas o quienes las conduzcan a través de ella, estarán sujetas a las disposiciones del régimen jurídico aduanero. (pág. 1)

Por lo tanto, para realizar una exportación de manera exitosa, la empresa debe seguir un conjunto de principios empezando por establecer el producto de comercializar conociendo al mismo en su totalidad, para determinar las condiciones o regulaciones impuestas por las instituciones correspondientes, generalmente se inicia con la presentación de la debida documentación, permisos y requisitos para obtener la correspondiente aceptación de dichos entes reguladores.

De igual manera, la exportación permite aumentar los niveles económicos dentro de la empresa al facturar una mayor cantidad de productos, en nuevos mercados, incrementando la cartera de clientes o consumidores ayudando a disminuir los riesgos comerciales existentes. Lo anterior diversifica las entradas económicas de la empresa, es decir que los ingresos vengan de distintas fuentes no dependiendo de una sola ayudando a reducir el impacto en caso de rechazo o disminución de venta.

### **Canales de distribución**

Para realizar una exportación, las empresas deben determinar los canales de distribución más adecuados para sus mercancías, están conformados por empresas prestadoras de servicio que realizan investigaciones dentro del mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales aspectos importantes como los precios, cantidad de producto, calidad, medio de entrega. Por lo general, los productores no cuentan con una red de distribución propio, si no que trabajan por medio de terceros que tienen con una amplia cartera de contactos comerciales, servicios de almacenaje y medios de transporte. Gracias a los canales de distribución las empresas

logran posicionar sus mercancías en el lugar adecuado, teniendo un mayor alcance para sus consumidores y aprovechar el tiempo.

## **Tipos de exportación**

### **Exportación directa**

De acuerdo con Peña, C. (2016) se puede entender la exportación directa de la siguiente manera:

Cuando el exportador o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor, sin existencia de ningún intermediario, es el caso de la mayoría de los servicios por la demanda limitada, conocida y localizada en comparación con los productos de consumo que no entran en dicho caso. La clave es la programación de consumo y la capacidad del importador de tener existencias (stocks), sobre la base de su propio plan de exportación (p.20).

De acuerdo con lo anterior, las empresas requieren de un departamento o persona calificada que cuente con los estudios y el conocimiento necesarios para implementar la exportación directa dentro de la empresa.

### **Exportación indirecta**

Según Peña, C. (2016) se comprende la exportación indirecta o venta indirecta de la siguiente manera: “existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final, donde el tamaño de los canales de distribución se mide de acuerdo con el número de intermediarios que forman el proceso de desplazamiento del producto” (p.20).

De igual manera, para Abdallan (2016) la exportación indirecta es “es el método de entrada que menor riesgo y esfuerzo comporta, ya que permite evitar muchos de los costes fijos de hacer negocios internacionales, además de favorecer la obtención de economías de escala, localización y

otras derivadas del efecto experiencia” (párr.1). Se entiende como el proceso donde el exportador no participa de forma directa con sus clientes, por lo tanto, utiliza intermediarios con experiencia.

### Pasos para la exportación

Antes de realizar una exportación definitiva sin importar cuál sea el producto se deben seguir una lista de pasos, de acuerdo con lo estipulado por la Promotora de Comercio de Costa Rica, debe llevar el asesoramiento personalizado que brinda el Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX). El sitio web oficial de PROCOMER cuenta con las herramientas necesarias para facilitar los procesos.

De acuerdo con la Promotora de Comercio de Costa Rica (PROCOMER, 2016) el paso a paso para realizar una exportación es el siguiente (ver figura 1):

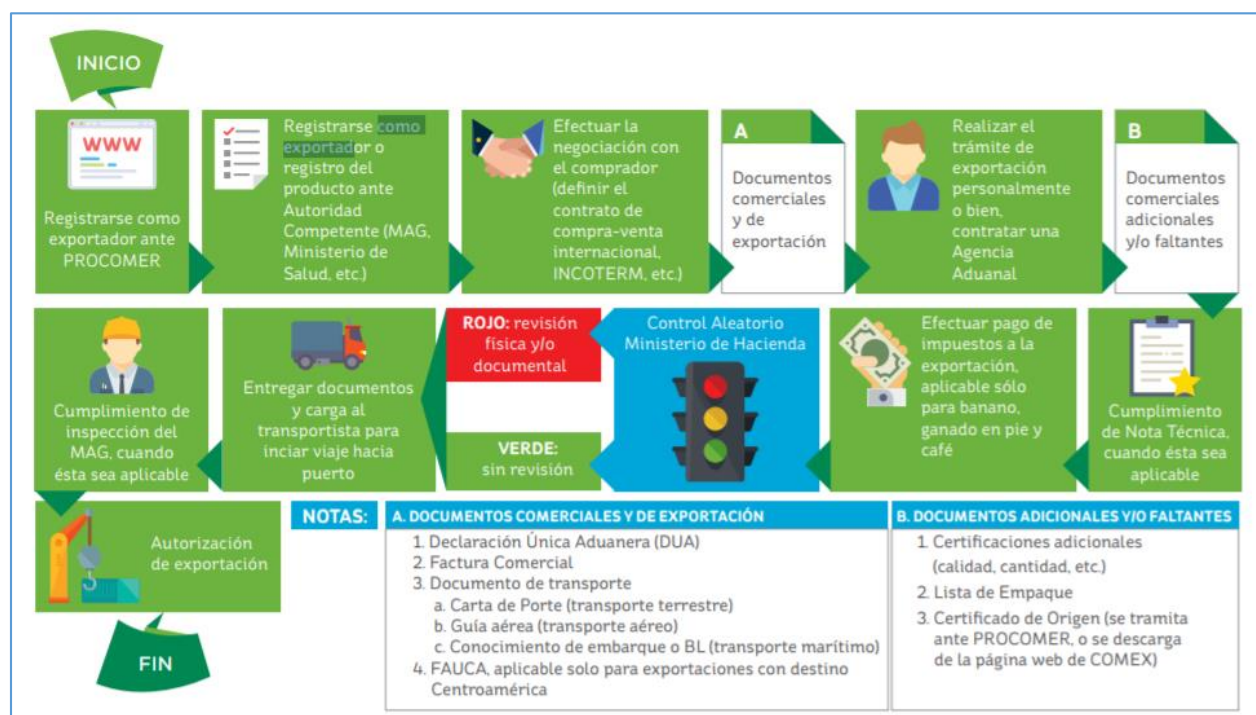


Ilustración 1 Diagrama con el proceso de exportación paso a paso.

Fuente: PROCOMER (2016, p.10).

1. Registrarse como exportador ante PROCOMER.

2. Registrar el producto ante las autoridades competentes (Ministerios de Agricultura y Ganadería, Ministerios de Salud).
3. Efectuar la negociación con el comprador (contrato de compraventa internacional, INCOTERM, etc.)
4. Preparación de documentos comerciales y de exportación.
5. Realizar los trámites de exportación personalmente o contratar una Agencia Aduanal.
6. Verificar los documentos comerciales faltantes o adiciones.
7. Cumplimiento de la inspección del Ministerios de Agricultura y Ganadería (MAG), cuando esta sea aplicable.
8. Entregar documentos y carga al transportista para inicial viaje hacia puerto.
9. Control aleatorio Ministerio de Hacienda (Rojo: revisión física y documentaria, Verde: sin revisión).
10. Efectuar pago de impuestos a la exportación, aplicable sólo para banano, ganado en pie y café.
11. Cumplimiento de nota técnica cuando esta sea aplicable.
12. Autorización de exportación. (p.10)

### **Documentos comerciales y de exportación.**

Al momento de realizar una exportación se debe cumplir con una lista de documentos comerciales y de exportación como requisitos. Dentro de la documentación obligatoria y opcional según PROCOMER (2016) son: “los documentos obligatorios son la factura comercial, manifiesto de carga, conocimiento de embarque, declaración única aduanera de exportación y permisos de exportación en caso de ser necesario (notas técnicas). Los documentos opcionales para facilitación en el destino final y beneficios arancelarios son póliza de seguro, carta de instituciones al agente aduanal y al transportista, lista de empaque, certificado de origen” (p.6). No optante, se añade a la documentación obligatoria el “FAUCA, aplicable solo para exportaciones con destino Centroamérica” (PROCOMER, 2016, p.10).

### **Factura comercial**

Según la Promotora de Comercio (2016) la factura comercial es: “es un documento mercantil que establece las condiciones de venta al comprador” (p.6).

### **Manifiesto de carga**

Según la Promotora de Comercio (2016) el manifiesto de carga es: “es el contrato con el transportista y ampara el transporte de mercancías ante las distintas autoridades” (p.6).

### **Conocimiento de embarque**

Según la Promotora de Comercio (2016) el conocimiento de embarque es:

Es el recibo dado por el transportista a su agente por las mercancías que van a embarcarse o han sido embarcadas en el buque. Este documento adopta diferentes denominaciones ya que depende del medio de transporte que se utilice, por ejemplo: si es aéreo se le denomina Guía Aérea o Carta de Porte si es terrestre (p.6).

### **Declaración única aduanera de exportación**

Según la Promotora de Comercio (2016) este es: “es un documento que tiene como objeto presentar las descripciones, pesos, valores, clasificaciones arancelarias, entre otros de los productos a exportar. Puede ser elaborado por una agencia aduanal o el exportador mediante el sistema VUCE 2.0” (p.6).

### **Permisos de exportación**

La Promotora de Comercio (2016) se refiere a estos de la siguiente manera:

En caso de ser requerido: en Costa Rica se les conoce como notas técnicas y corresponden a los permisos que deben tramitarse en determinadas dependencias

del Estado y que son necesarias para llevar a cabo la exportación de algunos productos dependiendo de su naturaleza y uso, entre estas instituciones se encuentran, el Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Ministerio de Seguridad Pública, Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), entre otros. (p.6).

### **Notas técnicas**

La Promotora de Comercio (2016) se refiere a ellas de la siguiente manera:

Corresponden a permisos que deben tramitarse en determinadas dependencias del Estado y que son necesarias para llevar a cabo la exportación o importación de un bien, algunas de ellas corresponden al: Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Seguridad Pública y Ministerio de Ambiente y Energía. La competencia de cada una de ellas dependerá de la mercancía a exportar o importar. (p.23).

Para obtener un acceso de manera segura y confiable a las notas técnicas del producto se puede referir a la clasificación arancelaria, la misma se encuentra en la ventanilla única de Comercio Exterior, esto le facilitará el proceso y el entendimiento de las notas técnicas correspondientes.

### **Póliza de seguro**

Según la Promotora de Comercio (2016) este: “ofrece cobertura contra daños físicos o pérdidas de los bienes durante el transporte, bien sea terrestre, marítimo o aéreo, también depende del término de la negociación establecido con el comprador” (p.6).

### **Carta de instituciones al agente aduanal**

La Promotora de Comercio (2016) se refiere a este de la siguiente manera: “documento en el que se brindan las instrucciones en forma clara y precisa (manejo y consignación de la mercancía, etc.) al agente aduanero para realizar del despacho.” (p.6).

### **Carta de instrucciones al transportista**

Según la Promotora de Comercio (2016) este: “brinda detalles a la empresa transportista con la finalidad de programar el transporte principal y actualizar la precotización, también se deberá anotar el régimen aduanero al que se destinarán las mercancías, manejos especiales y seguros” (p.6).

### **Certificados adicionales**

Se refiere a las certificaciones o documentos expresados con base en los productos y no en la actividad comercial, por ejemplo, para certificar que el producto exportador es orgánico, su calidad o cantidad.

### **Lista de empaque**

La Promotora de Comercio (2016) se refiere a este de la siguiente manera: “es un complemento útil para la factura comercial, ya que suministra los detalles físicos de la carga, tales como: descripción, cantidad de productos, cantidad de cajas, peso y tamaño” (p.6).

### **Certificado de origen**

Según la Promotora de Comercio (2016), el certificado de origen es: es un requisito para exportar bajo las condiciones de algún TLC o SGP. Este corresponde a un documento mediante el cual se certifica que la mercancía exportada es originaria de Costa Rica, siempre y cuando se cumplan con las reglas negociadas entre los países signatarios del acuerdo comercial. (p.6). Asimismo, menciona que el certificado de origen “corresponde a un requisito para exportar bajo las condiciones de algún Tratado de Libre Comercio (TLC)” (p.9).

### **DUCA**

Según lo mencionado por la Secretaria de Integración Económica Centroamericana (SIECA, 2020), la declaración única centroamericana es:

Es el documento que une las tres principales declaraciones aduaneras que ampara el comercio de mercancías en Centroamérica. La DUCA integra el Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA), utilizado para el comercio intrarregional de mercancías originarias; la Declaración para el Tránsito Aduanero Internacional Terrestre, conocida como DUT, empleada para el tránsito internacional terrestre de las mercancías en Centroamérica; y la Declaración de Mercancías, también conocida como DUA o DM, utilizada para el comercio con terceros países fuera de la región. (párr. 1-2)

Asimismo, menciona que está compuesto por tres modalidades, según SIECA (2020):

- La DUCA-F se deberá emplear para el comercio de mercancías originarias de la región centroamericana.
- La DUCA-D se debe emplear para la importación o exportación de mercancías con terceros países fuera de la región centroamericana.
- La DUCA-T se debe emplear para el traslado de mercancías bajo el régimen de tránsito internacional terrestre. (párr.3)

Para Costa Rica la aplicación de dicho documento entro en vigor el 07 de mayo de 2019, fomentando la facilitación del comercio, fortaleciendo el proceso de la integración económica centroamericana.

## **Logística de transporte**

### **Transporte marítimo entre Costa Rica y México**

Según PROCOMER (s.f), las principales navieras con servicios de transporte hacia México son “MSC, Maersk Line, Evergreen, Eculine, Happag Lloyd, Hamburg Sud, CMA-CGM, ZIM-Armada Naveg, entre otros y los consolidadores son Schenker, Marinsa Intercont, Grupo Aimi Cargo, Grupo Humberto A., ILG Logistic, DHL entre otros”. (p.13). A su vez menciona que los “principales puertos de salida son Limón y Caldera, el tiempo de tránsito (días): Manzanillo 5-12, Veracruz 8-12, Altamira 14, Lázaro Cárdenas 7-14, Ensenada 14, Progreso 14 y Tampico 8-11, con una frecuencia de tránsito semana” (p.13).

### **Transporte aéreo entre Costa Rica y México**

De acuerdo con PROCOMER (s.f), las principales “líneas aéreas son Continental, American Airlines, United Airlines, U.S. Airways, Mexicana, LACSA, TACA, entre otros y las consolidadoras son DHL, Fast Cargo, Expeditors, Schenker, UPS, Rex Cargo, Panalpina, Servica entre otros”. (p.15). De igual manera, hace mención “tiempo de tránsito entre 6-8 horas según destino final del aeropuerto, se realizan salidas diarias dependiendo del proveedor de logística utilizado”

### **Transporte terrestre entre Costa Rica y México**

Según PROCOMER (s.f), los principales transportistas son “Grupo TLA, Internat. Global C, Transcontinental C, Grupo GTL, Corporación AVT, Grupo Aeromar, Oceánica Internac, Transoceánica Int, Grupo Los Andes entre otros y los consolidadores son Schenker-Tical, Grupo Aimi Cargo, Grupo Humberto A., ILG Logistic, DHL entre otros” (p. 17). Asimismo, menciona como:

“Punto de salida Peñas Blancas, tiempo de tránsito: Ciudad Hidalgo 9 días carga consolidada y 6 días furgón completo, México DF 2 días adicionales, frecuencia semanal con unidades completas todos los días, costo aproximado furgón 45 pies \$2700 hasta Ciudad Hidalgo” (p.15).

### **Recomendaciones logísticas**

Dentro de las principales recomendaciones para exportar a México se pueden mencionar el capacitarse en temas de logística y analizar la oferta disponible, entender las normas de exportación de dicho país, contratar seguros, determinar los medios de pago, determinar el INCOTERMS más adecuado. En el caso de la exportación de licor con base en café el transporte más adecuado es el aéreo por las características del producto.

## **Trazabilidad**

Se entiende como trazabilidad al método o capacidad que poseen las empresas para rastrear sus productos en cada una de sus etapas, desde la compra de materia prima, la producción y el envío al comprador final esto para garantizar el corrector trato y la seguridad del producto, a la vez gracias a esto las empresas pueden garantizan el origen de las mercancías.

De acuerdo con Peña, C. (2016), existen dos tipos de trazabilidad, la interna y la externa que son definidas de la siguiente manera:

La trazabilidad interna se define de la siguiente manera:

Conlleva obtener el trazado del paso de un producto por todos los procesos internos de una empresa: las operaciones, los componentes o materias primas, la maquinaria empleada o los operarios por lotes suelen ser lo más factible si no se puede determinar el recorrido seguido por cada mercancía unitariamente. (p.163)

Se entiende como trazabilidad externa al proceso que: “implica determinar indicios externos que pudieran alterar el producto de cara al cliente, sea durante el transporte, en su manipulación o almacenamiento (por ejemplo, daños físicos o roturas en la cadena de frío)” (p.163).

De acuerdo con lo anterior, trazabilidad se puede entender como el proceso encargado del control de la mercancía, desde un adecuado control de temperatura, humedad, embalaje, transporte, manufactura, con el fin de garantizar que el producto sea entregado a los proveedores en las mejores condiciones. Además, ayuda a determinar la precisión de la responsabilidad de problemas de seguridad en los alimentos, quiere decir, en caso de presentarse un problema en los productos podrá localizarse de manera rápida, fácil y precisa en los lotes al igual que el origen del incidente.

## Requisitos de ingreso en México

Según Ceballos (2019), los requisitos para el ingreso de importación de mercancías en México son los siguientes:

Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria, solicitar la firma electrónica avanzada en el SAT, tener la situación fiscal actualizada, realizar el encargo conferido al agente aduanal, inscripción en el padrón de importadores, debe de contar con la siguiente documentación: certificado de origen, factura comercial, VUCEM, pago de impuestos, regulación y restricción no arancelaria, pedimento de importador. (párr.6)

Además, agrega que algunas mercancías específicas deben presentar los documentos de: “certificado de peso volumen, certificado fitosanitario, packing list, certificado zoosanitarios, conocimiento de embarque o guía aérea, certificado de calidad, orden de compra, carta de crédito, certificado de análisis, certificado de inspección, certificado de Kosher y certificado Halal” (párr.12)

## Instituciones importantes en acceso de alimentos a México

En México la encargada de emitir las normas sanitarias y proporcionar la protección de la salud humana es la Secretaría de Salud, la misma realiza sus funciones de la mano de cuatro autoridades competentes, se reflejan en la tabla 1.

*Tabla 1 Autoridades seguridad alimentaria México*

Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria de México (SENASICA).	Responsable de regular, administrar y fomentar las actividades de sanidad, inocuidad y calidad agroalimentaria, reduciendo los riesgos inherentes en materia agrícola, pecuaria, acuícola y pesquera, en beneficio de los productores, consumidores e industria.
---	--

<p>Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).</p>	<p>Responsable de establecer las medidas de sanidad animal para evitar la introducción de plagas y enfermedades que afectan a la salud animal. Tiene la autoridad legal para apoyar el bienestar de los animales, regular los productos tales como alimentos y productos farmacéuticos consumidos o utilizados por el ganado, y establecer las mejores prácticas en la producción ganadera, masacre, y las instalaciones de procesamiento de carne. También promueve la armonización con las normas internacionales para concluir acuerdos de equivalencia con otros países para permitir el comercio de animales y productos de origen animal o subproductos.</p>
<p>Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).</p>	<p>Organismo regulador encargado de control y vigilancia de los alimentos y bebidas, suplementos alimenticios, tabaco, nutrientes vegetales, sustancias tóxicas o peligrosas, productos de la biotecnología, y pesticidas, entre otros. Responsable de apoyar el desarrollo de capacidades técnicas, humanas e institucionales en las entidades federativas así como de los diversos organismos en el nivel regional y/o local, dedicados a la protección contra riesgos sanitarios y de mejorar el intercambio de información y la coordinación institucional entre las diversas dependencias federales y entre los distintos ámbitos de gobierno con atribuciones en materia sanitaria, para desarrollar acciones más eficaces de protección contra riesgos sanitarios.</p>
<p>Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)</p>	<p>Responsable de incorporar en los diferentes ámbitos de la sociedad y de la función pública, criterios e instrumentos que aseguren la óptima protección, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales del país, conformando así una política ambiental integral e incluyente que permita alcanzar el desarrollo sustentable.</p>

*Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2016)*

## **Etiquetado**

Para realizar la exportación el producto debe contar con las etiquetas correspondientes, donde brinde al cliente la información necesaria para tomar la decisión de compra, la misma debe estar visible en el empaque o adherida al producto, entre sus principales detalles están: nombre, marca, país de origen, quien lo produce, cantidad, ingredientes, características entre otras. Existe un etiquetado diferente para cada producto en el caso de las bebidas alcohólicas SIICEX (2016), menciona lo siguiente:

La norma NOM-142-SSA1 / SCFI-2014, “Bebidas -Bebidas alcohólicas, Especificaciones Sanitarias, Salud y etiquetado comercial”, tiene por objeto establecer las especificaciones sanitarias y etiquetado comercial de todas las bebidas alcohólicas que se comercializan en México y su cumplimiento es obligatorio en todo el territorio nacional para las personas físicas o morales que se dedican al proceso o importación de bebidas alcohólicas. Quedan exceptuados de su aplicación los productos para exportación.<sup>5</sup> Como mínimo, una etiqueta debe ser colocada en cada envase del producto importado antes de entrar en el país. Toda la información en la etiqueta debe estar en español y debe incluir al menos la siguiente información comercial obligatoria requerida por la NOM-051.<sup>5</sup> La etiqueta trasera de bebidas alcohólicas tiene que incluir una serie de imágenes que prohíbe su consumo para las mujeres embarazadas, los menores (-18) y la conducción bajo la influencia del alcohol. (p.18)

## **Requisitos de envase y embalaje**

Dentro de los requisitos que se deben cumplir como exportador están, el contar con un buen proceso de envase y embalaje, los mismos garantizan que el producto llegue en óptimas condiciones a su destino final sin sufrir ningún tipo de afectación durante las etapas de transporte y almacenaje. Cada país cuenta con sus propias normas que deben ser acatadas para poder ingresar productos al mismo.

### ***Envase***

De acuerdo con SIICEX (2016), las normas de envase se relacionan con: “con la calidad de los materiales usados en la fabricación del envase, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto y, tratándose de productos alimenticios, verifican la no existencia de sustancias nocivas para la salud” (p.19).

Además, menciona una especificación para el envase en recipientes de metal:

Los fabricantes de metales recipientes destinados a contener alimentos y bebidas, así como los importadores y distribuidores de alimentos y bebidas enlatadas están obligados a cumplir con la norma NOM - 002 - Salud1-1993. Este reglamento prohíbe la venta o importación de alimentos o bebidas en recipientes de metal con soldaduras de plomo y especifica el tipo de costuras permitidas para los contenedores herméticamente cerrados (artículo 53, Ley Federal sobre Metrología y Normalización). Los fabricantes de envases metálicos destinados a contener alimentos y bebidas, así como los importadores, distribuidores de alimentos y bebidas enlatados, están obligados a cumplir con esta Norma Oficial Mexicana. (SIICEX, 2016, p.19)

### ***Embalaje***

Según lo mencionado por SIICEX (2016), el embalaje: “En cuanto al embalaje existen regulaciones sobre todo en la información que debe contener y que favorecen la logística de transporte y almacenaje” (p.19).

Asimismo, se hace referencia a requisitos de embalaje en México:

La Norma Oficial Mexicana NMX-EE-059- NORMEX-2000 “Símbolos para manejo, transporte y almacenaje”, establece los símbolos que representan instrucciones de manejo, transporte y almacenaje, aplicables a los envases y embalajes que contengan productos en general. Dicha norma establece entre otras cosas que los símbolos deben estar impresos directamente en la superficie del envase o embalaje y debe estar colocado en la parte superior y al lado izquierdo de la marca del destinatario. En el caso de que existan símbolos señalando peligrosidad, éstos deben tener prioridad y el símbolo de manejo debe estar colocado cerca y preferentemente en la línea horizontal. Los embalajes de madera o productos de

madera utilizados para soportar, contener, proteger o transportar bienes y mercancías, como son las tarimas, cajas, cajones, jaulas, carretes, madera para estiba y calzas también deben cumplir con requisitos sanitarios y éstos son regulados por el SEMARNAT. (SIICEX, 2016, p.20)

### **Instituciones importantes en la exportación de licor de café**

#### **Icafé**

El Instituto del Café de Costa Rica (Icafé, 2020), se define de la siguiente manera: “Somos la institución que regula, fomenta y defiende la actividad cafetalera con el propósito de alcanzar su sostenibilidad, en procura del bienestar socioeconómico del sector, con café de excelente calidad” (párr.3)

#### **PROCOMER**

De acuerdo con la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER, 2020), se describe de la siguiente manera:

La Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) es el pilar de apoyo para las empresas costarricenses, en especial para las micro, pequeñas y medianas, en todo su proceso de internacionalización para conquistar los mercados internacionales. También simplificamos y facilitamos los trámites de exportación y generamos encadenamientos para la exportación. Para ello elaboramos estudios de mercado que sirven de guía para la toma de decisiones país y como herramienta para los exportadores. Generamos, además, información de temas logísticos, ofrecemos capacitaciones, talleres y diversas asesorías sobre las nuevas tendencias del mercado global. Promovemos nuestra oferta exportadora de bienes y servicios en el mundo y para ello lo hacemos a través de ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios, apertura de oficinas claves que apoyan al exportador in situ y mediante alianzas con distintas entidades y promotoras homólogas. (párr. 1)

#### **CADEXCO**

Según la Cámara de Exportaciones de Costa Rica (CADEXCO, 2015), se define de la siguiente manera:

La Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO) es una organización empresarial conformada por empresas exportadoras y de servicios al sector. Desde 1981, año de su fundación, trabaja día a día, promoviendo la competitividad y el desarrollo del sector exportador costarricense. (párr. 1).

## **COMEX**

El Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX, 2020), su misión es: “ser el ente rector que define, diseña e implementa las políticas públicas de comercio exterior e inversión extranjera para que cada vez más costarricenses se beneficien de la inserción en la economía global” y su visión: “COMEX dirige el comercio exterior y la inversión extranjera para generar bienestar y desarrollo sostenible” (COMEX, 2020).

## **Servicio Nacional de Aduanas**

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda de Costa Rica (2020), hace referencia al Servicio Nacional de Aduanas (SNA) como:

Como órgano con competencia exclusiva en el nivel nacional en materia aduanera, es el encargado de garantizar una correcta recaudación de tributos y participar como facilitador y contralor en el comercio internacional de mercancías, protegiendo intereses superiores de la colectividad, como lo son: salud, seguridad, ambiente, propiedad intelectual y patrimonio arqueológico, entre otros. Dentro de esta línea, nuestro régimen jurídico aduanero otorga al SNA, una serie de atribuciones y competencias tendientes a la aplicación y control de tratados internacionales vigentes, facilitación y agilización de las operaciones de comercio exterior, facultar la correcta percepción de los tributos y la represión de conductas ilícitas. (párr. 2).

## **Aduana**

Según la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica (1995), se define aduana como:

La unidad técnico-administrativa encargada de las gestiones aduaneras y del control de las entradas, la permanencia y la salida de las mercancías objeto de comercio internacional, así como la coordinación de la actividad aduanera con otras autoridades gubernamentales ligadas al ámbito de competencia, que se desarrollen en su zona de competencia territorial o funcional. Las aduanas tendrán la facultad de aplicar exenciones tributarias que la ley indique expresamente y las relativas a materia aduanera creadas por acuerdos, convenios y tratados internacionales.”  
(Ley 7557)

## **Ministerios de Agricultura y Ganadería**

De acuerdo con el Portal Regional para la Transferencia de Tecnología y la Acción frente al Cambio Climático en América Latina y el Caribe (REGATTA, 2020), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) se define como:

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, mayor y mejor integración al mercado nacional e internacional. (sección: Servicios, párr.1)

## **Ministerios de Salud**

El Ministerio de Salud (2020), se define de la siguiente manera:

El Ministerio de Salud, tiene como misión garantizar la protección y el mejoramiento del estado de salud de la población, mediante el ejercicio efectivo de la rectoría y el liderazgo institucional, con enfoque de promoción de la salud y participación social inteligente, bajo los principios de transparencia, equidad, solidaridad y universalidad. Para realizar sus funciones como Ente Rector en salud en Costa Rica... (párr.1)

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

### Enfoque de la investigación

Para efectos de este proyecto de investigación, se utiliza el enfoque cualitativo. Para fundamentar lo anterior, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), son:

Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de la investigación más importante; y después, para perfeccionarlas y responderlas, La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varías con cada estudio. (p.7)

Este enfoque es conocido como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, este enfoque utiliza la recolección y el análisis de datos para afinar las preguntas. En las investigaciones cualitativas no se prueban hipótesis, sino se generan durante el proceso y se perfeccionan conforme se van conteniendo los datos como resultado del estudio.

Así mismo, se utiliza este enfoque debido a que cumple con las características como los planteamientos amplios, además, se explora la información, se analizará y a partir de esto se generarán conclusiones, es decir, se realizarán entrevistas se analizarán los datos obtenidos y a partir de los mismos, se darán a conocer las conclusiones óptimas de diversos entrevistados para estudiar el tema de proceso logístico.

De acuerdo con Hernández et al (2014, p.9) menciona que el investigador cualitativo su técnica de recolección de datos es la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, evaluación de experimentos personales, registro de historias de vidas, la interacción con grupos o comunidades. El método de búsqueda es más flexible y se va moviendo entre las

respuestas y el desarrollo de la investigación, se avalúan los sucesos, no hay manipulación ni estimulación de la realidad.

De igual manera, consiste en llevar el tema a la realidad, donde las emociones, ideas o aspectos del entrevistado influyen en los datos recolectados. Por esta razón, la herramienta utilizará preguntas amplias, para conocer la opinión de los entrevistados ante el tema por investigar y su novedad, por lo tanto, cada persona puede coincidir en ciertas respuestas, pero no de la misma manera. Se busca expandir la información acerca del proceso logístico de exportación de licor con base en café.

Según Campos (2017, p.16) el análisis cualitativo es un prototipo de pensamientos culturales muy marcados, deducciones, razonamientos, relaciones y subjetividad. Esto se enfoca en las cualidades que brinda el objeto de investigación con respecto a las apreciaciones realizadas por el investigador partiendo del objeto en estudio. El ideal siempre será basado en la subjetividad, pero el grado de objetividad y la rigurosidad serán dictadas por la lógica del investigador.

### **Diseño de la investigación**

De acuerdo con el libro de Hernández et al (2014) se refiere al diseño de la investigación como “Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento del problema” (p.128). Es decir, a través del diseño se desarrolla la destreza para responder el planteamiento del problema conforme con la información lograda con el respectivo diseño. Por lo cual es una parte importante por definir para que el plan que se escoja sea el óptimo.

Además, los datos por utilizar en la investigación serán recolectados consultando a expertos en la materia y generando información relacionada con el comercio internacional y empresas sobre los procesos y aspectos que conlleva la preparación logísticos de exportación de licor con base en café a los mercados mexicanos tomando en cuenta el Tratado de Libre Comercio.

Según Hernández et al (2014) la investigación-acción es definida como “aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos y reformas estructurales” (p.496).

Así mismo, la investigación posee la característica fenomenológica. Donde Hernández et al (2014) indica que los diseños fenomenológicos se enfocan en “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.493).

El diseño fenomenológico cuenta con términos dentro de la investigación cualitativa, donde se describe y se trata de entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante, desde una perspectiva colectiva, a su vez se basa en el análisis de discursos y temas. El investigador debe confiar en las opiniones brindadas por los participantes, de acuerdo con las experiencias vividas en términos de tiempo, lugar, personas y lazos que generan las experiencias de acuerdo con los términos por investigar.

## **Fuentes de información**

### **Fuentes primarias**

Según Hernández et al. (2014) las fuentes primarias “proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (p.61) por lo tanto, las fuentes primarias son aquellos libros, artículos de revista científica, trabajos presentados en congresos, simposios o evento similares para la elaboración del marco teórico.

De acuerdo con lo anterior, dicha información será conjugada con las fuentes secundarias, las cuales serán adquiridas por medios de entrevistas o cuestionarios que correspondan a la primaria, por lo tanto, las fuentes primarias brindan información de mayor confianza ya que son entidades donde la información recolectada no sufre ninguna alteración y es de alta seguridad.

## **Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias son los funcionarios de empresas o instituciones participantes en las entrevistas profesionales en el área de café y la exportación de productos con base en este, como es el caso de este, es decir, las opiniones, testimonios, situaciones, experiencias mencionados por la totalidad de entrevistados. La información recolectada brindará las conclusiones óptimas para el trabajo de la investigación.

## **Muestra**

La investigación al poseer características de enfoque cualitativo, la muestra o población se define según Hernández et al. (2014). “En el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, entre otros..., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (p.384). De acuerdo con lo anterior, el objetivo de la muestra es estudiar el todo ya que la información recolectada es importante para la investigación, para llegar a una conclusión y mayor entendimiento.

El tipo de muestra de acuerdo con la investigación es el determinado como no probabilístico, dirigido o intencional, lo cual según Hernández et al. (2014) “suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (p.189) por lo tanto, se escoge por las características cualitativas de la investigación ya que se necesita realizar la comparación de información de diferentes aspectos importantes dentro del trabajo y proporciona la mejor opción para la recolección y análisis de datos.

La muestra seleccionada por realizar no es aleatoria ya que las entidades y personas fueron elegidas estratégicamente con el fin de que conozcan el tema por investigar, de igual manera serán intencionales ya que se aplicarán a personas, instituciones u organismos que tengan buen conocimiento y dominio del tema.

En la siguiente tabla se presentan las instituciones y empresas seleccionadas como muestra y razón de su escogencia:

*Tabla 2 Lista de entidades seleccionadas para muestra.*

<b>Entrevistado</b>	<b>¿Dónde?</b>	<b>Razón</b>
1	TICAL	Empresa de logística y distribución.
2	PROCOMER	Promotora pública-privada de comercio.
3	Microbeneficio Quincho	Productores de licor de café
4	Microbeneficio Café E&F	Productores de licor de café
5	CoopeTarrazú R.L gerencia de ventas	Área de la empresas encargada de la comercialización y ventas.
6	CoopeTarrazú R.L +Área de investigación de subproductos de café	Área de la empresa encargada de la investigación y creación de subproductos de café para el aprovechamiento de materia residual.
7	Agente aduanal	Cuenta con conocimiento en el despacho de mercancías.
8	Exgerente general de Coopedota R.L	Posee información de exportaciones de café y subproductos.
9	Agente aduanal de Aduana Segtransa	Agencia Aduanal y cuenta con el conocimiento en el despacho de mercancías.

*Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, 2020.*

## **Unidades de análisis**

Dentro de la unidad de análisis se mencionan los diversos elementos en los cuales se clasifica la información obtenida a través de las entrevistas. Las unidades son definidas por los objetivos específicos de la investigación los cuales van a servir de guía para las consultas.

### **Unidad 1. Requisitos, permisos y procesos**

Previamente, se deben tener claro, las definiciones de requisito, permiso y proceso, por lo tanto, con referencia en Enciclopedia Jurídica se menciona como requisito “la circunstancia o condición necesaria para la existencia o validez del proceso de una acción”; un permiso de acuerdo con Enciclopedia Jurídica Omeba, PE, se define como una autorización otorgada para la válida ejecución de un acto determinado y por último acorde con un artículo publicado por el Gobierno de Chile (2016), menciona que un proceso surge de la necesidad de detallar una actividad de acuerdo con los requerimientos necesarios.

Finalmente, todos los conceptos mencionados anteriormente van a ser los condicionantes que se deben cumplir por parte del exportador e importador para generar el traslado del producto en las medidas óptimas de acuerdo con lo solicitado por las diversas identidades.

### **Unidad 2. Plan logístico**

De acuerdo con La Real Academia Española (RAE, 2018c) se define el plan como: “Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla” (párr.3). En un estudio realizado por Díaz y Sánchez (2013, p.27), menciona que la logística es una disciplina compleja donde se busca un equilibrio y el conjunto de estrategias para completar un traslado perfecto de un producto., por lo tanto, se determina como plan logístico, una guía planificada detalladamente para realizar el traslado de productos en las condiciones más adecuadas.

## **Instrumentos utilizados en la investigación**

### **Cuestionario**

El concepto de cuestionario según Hernández et al. (2014) "un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas con respecto a una o más variables por medir, debe ser congruente con el planteamiento de probable e hipótesis" (p.217). El cuestionario es la herramienta utilizada para la obtención de información de acuerdo con una serie de preguntas relacionadas con el tema de investigación (plan logístico de exportación de café), donde las preguntas van a poseer un carácter abierto con el fin, de proporcionar un conocimiento más amplio en relación con las variables de estudio.

### **Entrevista**

La presente investigación cuenta con un enfoque cualitativo, por lo tanto, la entrevista según Hernández et al. (2014, p.403) menciona que una entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta, es como una reunión donde se interactúa y se realiza un intercambio de conocimientos e información entre el entrevistado y el entrevistador.

Las entrevistas son una herramienta de recolección de datos cualitativos, utilizada en las investigación cuando el problema por investigar no se puede observar con facilidad y es poco fácil de desarrollar, las entrevistas cualitativas se pueden desarrollar en etapas de una forma flexible, las preguntas y su orden se adaptan a los participantes en las entrevistas, poseen características amistosas, donde las preguntas son abiertas y neutrales y que se elaboran con el fin de recolectar experiencias, perspectivas y opiniones fundamentadas de los participantes.

### **Proceso para la recolección y análisis de datos**

La información se recolectará por medios de cuestionarios, con preguntas flexibles y abiertas con el fin de obtener los datos necesarios y óptimos, con respecto a las diversas opiniones esperadas de los funcionarios por entrevistar de las diferentes instituciones y empresas relacionadas que cuenten con información valiosa sobre la exportación de licor de café y que aporte positivamente a la investigación.

Con referencia en Suárez y Villalobos (2010, p.44) menciona que el análisis de datos en la investigación cualitativa explica acerca de las situaciones sociales con respecto a procesos sociales, es decir, comunicativos y genéricos, por lo tanto, el análisis debe considerarse parte de la teoría. Ya que se caracteriza por presentar puntos análogos con respecto a las áreas de la investigación y la utilización de cuestionamiento, por ello se realiza la crítica sobre la investigación cualitativa es incapaz de probar o construir una teoría.

El investigador será el encargado de estructurar el orden, ya que los datos obtenidos se encontrarán en desorden, los diversos enfoques de las respuestas de la información serán de acuerdo con las opiniones o conocimiento de la persona investigada y la percepción del investigador al interpretar las repuestas. Las diferentes respuestas requieren un orden y sentido práctico con el fin de que la investigación sea entendible y concreta para los diferentes lectores.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta el análisis realizado con base en los resultados obtenidos a partir de las entrevistas aplicadas a la muestra de la investigación. El cuestionario creado consta de nueve preguntas y permite analizar las respuestas brindadas por profesionales relacionados con el tema por investigar. El objetivo de dicho cuestionario es permitir que las instituciones y personas brinden sus opiniones, perspectivas y conocimientos en el plan logístico en el área de licor de café y posteriormente, dar a conocer los resultados adquiridos.

El capítulo actual está estructurado en dos partes. La primera parte, consta de una tabla gráfica conformada por las categorías de acuerdo con las unidades de análisis establecidas en la investigación. Dichas unidades de análisis van a surgir de cada uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación y las categorías de las respuestas de los entrevistados. En la segunda parte del capítulo se describirá y analizará cada una de las categorías; una vez realizado se finalizará, con un apartado de interpretación por medio de una comparación entre las categorías brindando una respuesta al problema investigado.

*Tabla 3 Categorías de la investigación, 2020*

<b>Unidad</b>	<b>Categoría</b>
Requisitos, permisos y procesos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad de competencia.</li> <li>2. Consumo de licor.</li> <li>3. Requisitos aduaneros.</li> <li>4. Importancia del ICAFÉ.</li> <li>5. Documentación fundamental.</li> <li>6. Innovación.</li> <li>7. Importancia del Ministerios de Salud.</li> <li>8. Registro del producto.</li> <li>9. Registro de exportador.</li> <li>10. Cumplimiento de permisos.</li> </ol>
Plan logístico	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Información dispersa.</li> <li>2. Capacitaciones.</li> <li>3. Información accesible.</li> <li>4. Importación en destino.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Trazabilidad.</li> <li>6. Incoterms.</li> <li>7. Ventajas de los convenios.</li> <li>8. Costos.</li> <li>9. Unidades de producto para exportar.</li> <li>10. Ruta.</li> </ol>
--	---

*Fuente: Elaboración propia con datos de la presente investigación, 2020.*

### **Unidad de análisis 1: Requisitos, permisos y procesos**

Se debe entender el significado de requisitos, permisos y procesos por separado para comprender a profundidad dicha unidad de análisis. Los requisitos se definen de acuerdo con la Enciclopedia Jurídica como “el acontecimiento o situación necesarias para la existencia o eficacia del proceso de una acción”, un permiso se deduce como un salvoconducto otorgado para la legítima ejecución de un acto determinado, lo anterior, de acuerdo con Enciclopedia Jurídica Omeba, PE. Por último, de acuerdo con un artículo publicado por el Gobierno de Chile (2016, p.4), indica que el proceso nace de la necesidad de especificar una diligencia de acuerdo con las obligaciones necesarios.

En este apartado se hace referencia a los requisitos, permisos y procesos que deben conocer, entender y llevar a cabo la microempresa Fadiva para exportar el licor de café, entre dichos temas se menciona la capacidad de competencia para subproductos de café en el mercado mexicano, las trabas existentes en gestión aduanera, los principales permisos documentarios.

A continuación, se presentan las categorías procedentes de la primera unidad de análisis relacionada con el primer objetivo de la presente investigación:

1. Capacidad de competencia.
2. Consumo de licor.
3. Requisitos aduaneros.
4. Importancia del ICAFÉ.
5. Documentación fundamental.
6. Innovación.

7. Importancia del Ministerio de Salud.
8. Registro del producto.
9. Registro de exportador.
10. Cumplimiento de permisos.

## **Categoría 1. Capacidad de competencia**

### **Descripción.**

Se menciona el potencial existente en Costa Rica en el nivel de competencia con subproducto de café, como lo es el licor de café tanto en el nivel internacional como dentro de los mercados mexicanos, según lo expresado de acuerdo con las experiencias y opiniones mencionadas por los profesionales en comercio internacional entrevistados. Dicha categoría es de gran relevancia debido a que ofrece la perspectiva para la microempresa Fadiva para saber si es rentable ingresar en dicho mercado.

A continuación, se presentan las respuestas brindadas por los entrevistados relacionadas con la capacidad de competencia:

Desde mi punto de vista la capacidad de competencia sería aceptable, ya que el fuerte del consumo son los licores locales. (Entrevistado 1)

Considero que la capacidad de competencia de subproductos con base en café en el mercado mexicano no está tan desarrollada al igual que en Costa Rica y en otros países, ya que apenas se está incursionando en esta área de desarrollar otros productos derivados del café y su comercialización. (Entrevistado 4)

En términos de competencia en el nivel mundial para subproductos de café ya varios países que están en el mercado con diferentes productos, sin embargo, ha sido difícil ya que compiten con algunos otros productos. (Entrevistado 5)

En el caso de Costa Rica la capacidad de competencia es muy avanzada ya que son muy pocos países que trabajan con el aprovechamiento del café para la creación de subproductos lo cual puede generar una ventaja de competencia. Una de las ventajas que presentan los microbeneficios de café en Costa Rica es el contar ya con una planta donde procesan el café en grano y en el mismo lugar realizan la elaboración del subproducto sin necesidad de traslado a otro lugar generando una economía de

escala y aseguran una producción de acuerdo con la demanda que vayan a tener. (Entrevistado 6)

Existe mucha capacidad de competencia dentro del mercado mexicano en subproducto, más que todo, por ser un producto con licor, ya que ellos el café como tal no lo consumen mucho. (Entrevistado 8)

Todo producto con base en café tiene mucho mercado (Entrevistado 9)

### **Análisis.**

De acuerdo con La Nación estilo de vida (2020), se hace referencia al alto consumo de café en el mundo en sus distintas variedades:

“Según estadísticas internacionales, el café es la segunda bebida más consumida en el todo el mundo, después del agua. Además de tener en cuenta que posee una gran variedad en formas y colores, así como también olores y sabores. Esto sin olvidar acerca de las múltiples formas de preparación que tiene, que pueden ser: solo, con leche, con hielo, expreso, americano, granizado, con licor, carajillo, bombón, suizo, irlandés, cappuccino, manchada, cortado, entre muchísimas otras variedades más. Y probablemente sea uno de los motivos por el cual, sea las bebidas más consumida en el nivel mundial.” (párr.4-5)

Asimismo, se menciona la importancia que ha generado el introducir el café en la cocina como lo son licores:

“El café no sólo es consumido como una bebida, sino que también es un ingrediente más en el mundo del arte culinario. Debido a que es un buen potenciador del sabor, Ofreciendo de esta manera un abanico de exquisitos bocados elaborados con base en café como: tortas, flanes, biscochuelos, helados, rellenos, sorbetes, licores” (párr. 12-13.)

El mercado del café es altamente competitivo ya que es una de las bebidas más consumidas en el nivel mundial, por lo tanto, los subproductos del mismo poseen un nivel competidor dentro del mercado muy positivo. En el caso del licor de café goza de una ventaja ya que el mercado mexicano al cual se quiere ingresar tiene un alto índice de consumo de licor siendo esto una delantera para este subproducto. De acuerdo con el artículo publicado por la Expansión (2020), se menciona que el consumo de alcohol en México sigue en aumento,

Mientras tanto, desde hace varios años la producción y las ventas de bebidas alcohólicas ha seguido al alza. Esto contrasta con la recaudación de impuestos. La recaudación está estancada y descansa casi un 85% en los hogares y población más rica. (párr.7)

## **Categoría 2. Consumo de licor**

### **Descripción.**

México es uno de los países donde su cultura se ve marcada por la preferencia significativa en las bebidas alcohólicas. En algunas regiones del país se observa un gusto particular por el consumo de licor ante otros productos debido a sus costumbres, en esta categoría se analizará la opinión de los entrevistados en relación con consumo de licor en México y de esta manera lograr identificar su el licor con base en café puede ser aceptado. Los profesionales aportaron lo siguiente:

Primero se debe hacer un estudio de mercado y determinar el sector y nicho al cual se ofrecería el producto, desde mi punto de vista la capacidad de competencia sería aceptable, ya que el fuerte del consumo son los licores locales. (Entrevistado 1)

Existe mucha capacidad de competencia dentro del mercado mexicano en este subproducto, más que todo por poseer licor, ya que ellos el café como tan no lo consumen mucho, sin embargo, cuando hablamos de precios estos van a ser más económicos. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

De acuerdo con el documento publicado por Expo ANTAD Alimentaria México (2020), se menciona el aumento que ha tenido el mercado de bebidas alcohólicas en México “La consultora augura que para el 2020 México rebasará a Japón como sexto consumidor de bebidas alcohólicas en el nivel mundial, para superar los 8.800 millones de litros” (p.1). En el mismo documento, se hace mención al incremento en la búsqueda de bebidas de mayor calidad y al consumo de licores.

“El consumidor cada vez está más dispuesto a comprar mejor calidad y el segmento Premium se ha venido beneficiando de las nuevas ofertas del mercado. El volumen de ventas de las bebidas espirituosas como el brandy, whisky, el tequila, ron, ginebra, vodka y los licores- subió un 57%” (p.4)

Por lo tanto, debido a las características del producto en investigación, se deduce que posee un alto nivel de aceptación dentro del mercado del alcohol en México, por el creciente porcentaje del mismo, que se deriva del cambio en los hábitos del consumidor al buscar licores más seleccionados, enfocados en la calidad y valor agregado.

### **Categoría 3. Requisitos aduaneros**

#### **Descripción.**

Al momento de realizar ya sea una importación o exportación dentro de los factores primordiales se encuentra el identificar y clasificar de manera correcta el producto en negociación esto con el fin de lograr entender sus partidas y barreras arancelarias las cuales juegan un papel de suma importancia al momento de hacer ya sea una compra o venta de manera internacional de acuerdo con sus procesos de salida e ingreso de los respectivos países. Las perspectivas de los entrevistados acerca de esta categoría de análisis es la siguiente:

Muchas veces es por el poco conocimiento en partidas arancelarias que especifiquen el producto ya que generan dudas para realizar la exportación y por ello atrasos. Esto se debe a que los productos son creaciones e innovaciones nuevas dentro del mercado, al no poder identificar una partida arancelaria por falta de conocimiento puede dar mal, la declaración o la aplicación de notas técnicas. (Entrevistado 6)

Las barreras arancelarias. (Entrevistado 9)

## **Análisis.**

La importancia de comprender de manera correcta la nomenclatura de las partidas arancelarias de acuerdo con Rodolfo Arce y Reinaldo Monge (2017), se basa en:

“Las Notas de la Nomenclatura, se caracterizan por impulsar la correcta interpretación de los textos o epígrafes de los niveles de designación y codificación (clasificatorios), mediante una redacción concisa, evitando hasta donde sea posible, la repetición de los textos merceológicos, sin que, por ello, se pierda precisión o exactitud. Es decir, para interpretar correctamente la Nomenclatura es necesario adicionar en el nivel de cada posición o partida, las notas que la afecten” (p.27)

Una de las principales reglas de clasificación de un producto es la RGI-3 según Arce y Monge (2017), la misma aplica en caso de:

“Es una regla del tipo de codificación (clasificatoria) que prevé tres métodos de codificación de las mercancías, para aquellas mercancías que podrían incluirse aparentemente, en varias partidas por aplicación de la RGI 2-b o por cualquier otra circunstancia. Los criterios aplicados en su orden son: La partida más específica; el carácter esencial; y la última partida por orden de numeración.” (p.30)

Dentro de las partidas arancelarias existe la expresión *otras*, utilizada para clasificar los productos que no se pueden clasificar anteriormente. De acuerdo con lo anterior, realmente todo producto se puede clasificar de manera correcta siempre que se cuente con el total conocimiento de la composición del mismo y con la información y entendimiento de cómo aplicar las partidas arancelarias. Una vez que estas sean aplicadas correctamente se podrá hacer uso de las barreras arancelarias de la manera correcta. Por lo tanto, no son todas las personas que cuentan con la comprensión para realizar una clasificación de manera correcta ya que para ello se debe estudiar y preparar en esta área.

## **Categoría 4. Importancia del ICAFÉ**

### **Descripción.**

Al momento de crear un producto con base en café se deben seguir una serie de directrices u normas, las cuales son dictadas por el Instituto del Café de Costa Rica ya que este se encarga de brindar constancias para verificar la calidad y buen proceso de productos relacionados con el café de Costa Rica. En esta categoría se analizará la opinión de los entrevistados con respecto al Icafé las mismas se presentan a continuación:

Las mayores trabas son los permisos de salud de exportación, registros ante el ICAFÉ, Inspecciones. (Entrevistado 1)

Por el momento hay un trámite con el ICAFÉ por que los productos con base en café tienen que tener el debido credencial de procedencia y sanas prácticas en sus procesos por tema de inocuidad y de posibles propagaciones de plagas en los container esto para café en verde. (Entrevistado 3)

Permisos de ICAFÉ y MAG y las inspecciones. (Entrevistado 9)

### **Análisis.**

De acuerdo con la página web oficial del Icafé se menciona en el apartado de historia que son la única institución de información dentro de Costa Rica especializada en temas de café, el mismo,

“Brinda el apoyo a las investigaciones en las distintas áreas del café, así como la de satisfacer en forma eficiente, ágil y oportuna las necesidades de información, por medio de los diferentes servicios y productos que brindan tanto los departamentos de la Oficina del café, Programas Cooperativos ICAFE-MAG e ICAFE-UCR.” (párr.2)

El Icafé a pesar de ser la entidad encargada de regir todo lo relacionado con el café de Costa Rica no posee mucho conocimiento en subproductos ya que es un tema donde actualmente el ente está incursionando por medio de investigaciones y análisis para lograr dar un mayor asesoramiento

a sus beneficiados, sin embargo, dentro de los principales servicios que brinda a sus amparados se encuentra:

- Análisis suelos y foliares.
- Análisis de aguas residuales del beneficiado de café.
- Calidades de café.
- Capacitaciones a todos los sectores.
- Programa de semilla certificada.
- Producción del hongo beauveria bassiana para control biológico de broca.
- Venta de trampas y difusores (control de broca).
- Información de mercado.
- Servicios diversos a través de las oficinas regionales. (párr.14)

Lo anterior de acuerdo al apartado preguntas frecuentes dentro de página web oficial de Instituto del Café de Costa Rica (Icafé), (2020)

#### **Categoría 5. Documentación fundamental.**

##### **Descripción.**

Para realizar los trámites de exportación siempre se deben cumplir con una serie de requisitos, permisos y procesos los cuales serán de vital importancia, ya que los documentos se consideran como la prueba o acreditación que va a constar el perfecto cumplimiento ante las entidades del proceso de importación o exportación como el que se presenta en la presente investigación.

La documentación será analizada en esta categoría tomando en cuenta la opinión de los siguientes entrevistados:

Documentos requeridos, (Contrato de transporte, factura comercial).

(Entrevistado 1)

Dentro de los documentos obligatorios se encuentran la factura comercial, manifiesto de carga, conocimiento de embarque (Bill of Lading -BL), declaración

única aduanera (DUA) de exportación, permisos de exportación y en los documentos opcionales están póliza de seguro, carta de instrucciones al agente aduanal, carta de instrucciones al transportista, certificados adicionales, lista de empaque, certificado de origen, esta última documentación puede facilitar el trámite de exportación y la inspección a su llegada al mercado de destino. (Entrevistado 2)

En realidad, no tengo clara cuáles son las trabas, pero considero que como en todo proceso los documentos que se deben presentar como permisos y documentos de trámites. (Entrevistado 4)

Certificaciones alimentarias en el nivel internacional y nacional “buenas prácticas de manufactura” permisos municipales, patentes, los de salud, análisis clínicos del producto para garantizar que no tenga contaminantes “alcohol de grado alimentario y no adulterado” (Entrevistado 7)

No existen trabas, complejas simplemente mucha documentación la cual una vez completa correctamente se puede proseguir todo bien y se debe velar para que se cumplan los procesos y documentos. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

Es importante cumplir con cada uno de los documentos al momento de exportar, ya que se menciona que estos certifican tanto la calidad como la cantidad de producto que se encuentra en trámite, conceden la debida titularidad de la mercancía, pueden garantizar su seguro ante posibles riesgos. Cada exportación es diferente y para cada una va a existir una serie de documentos con los cuales se deben cumplir para garantizar la mejor exportación sin ningún tipo de atraso o inconveniente ya sea en lugar de salida como en el destino.

De acuerdo con Mazzoccone (2012), la importancia de los documentos para los procedimientos de comercio exterior se remonta a:

“Es importante saber que en el caso de no saber utilizar correctamente los documentos internacionales, surgirán demoras y penalizaciones, que impedirán que la operación se realice exitosamente. Por lo que es de suma importancia, conocer y asesorarse sobre como completar cada uno de estos documentos, y saber su secuencia operativa.” (párr.2-3)

Asimismo, hace referencia a lo compleja que es cada tramitología a pesar de ser tan diferentes de acuerdo con sus países de destino:

“Los documentos utilizados en el comercio exterior, son diferentes y más complejos que los utilizados en las transacciones realizadas en nuestro país, debido a las características específicas que tiene cada mercado del exterior, como ser las diferencias normativas, legislaciones aduaneras, uso de varios medios de transporte, mayores riesgos, etcétera.” (párra.4)

“Todos los documentos internacionales de una misma operación internacional deberán coincidir, especialmente cuándo la forma de pago es con carta de crédito, ya que tienen que ajustarse a las condiciones previamente establecidas, evitando diferencias que ocasionen inconvenientes.” (párr.7)

De acuerdo con lo anterior, cada documento relacionado con la exportación va a ser de total vitalidad para llevar a cabo el proceso de la manera correcta sin sufrir ningún tipo de atraso, algunas veces existen documentos que por sus características pueden durar más que otros para ser emitidos y poseer el visto bueno de su respectiva entidad, sin embargo, si al momento de realizar una exportación este hiciera falta paralizaría todo el proceso ocasionando problemas tanto para el vendedor como para el comprador.

## **Categoría 6. Innovación**

### **Descripción.**

En la actualidad las empresas están en una constante innovación y creación de nuevos productos para generar más ingresos, como es el caso de los subproductos de café, los mismos son innovaciones que buscan aprovechar la materia primera que se considera desperdicio en el proceso de la creación del café tradicional de consumo como bebida. Por lo tanto, los entrevistados analizaron la falta de conocimiento que existen en el tema del licor de café. A continuación, se pueden apreciar sus perspectivas al respecto:

No está muy normado ya que es un producto nuevo (Entrevistado 5)

Esto se debe a que los productos son creaciones e innovaciones nuevas dentro del mercado. (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

Los subproductos de café son bienes nuevos por lo tanto hay una gran falta de conocimiento de los mismos dentro de los mercados. Por esto nacen como una iniciativa en busca de una agricultura más verde y minimizar el impacto ambiental aprovechando los residuos del café en la creación de nuevos productos.

De acuerdo con la conferencia internacional sobre bioeconomía ICABR (2020), se menciona que “resulta fundamental apoyar el desarrollo de las capacidades científicas, en especial la biotecnología y la nanotecnología, para avanzar en ciencias como la medicina, en una agricultura más verde y en el aprovechamiento respetuoso de los recursos de la biodiversidad.” (párr.9). Asimismo, hace referencia a la innovación de generar un valor agregado en los productos para crear un mayor impacto en los clientes:

“La estrategia deja de ver a las distintas cadenas de valor de forma individual e incorpora el concepto de redes de valor biobasadas, que busca identificar las relaciones que pueden existir entre los subproductos de una cadena determinada y su utilización como insumo en otra, para lograr nuevos productos de mayor valor. Del mismo modo, también incorpora otro nuevo concepto, que es el valor agregado ambiental. Consiste en que la producción de un bien debe preservar el cuidado del medioambiente, mitigar sus impactos negativos y proteger o restituir los servicios ecosistémicos” (párr.13)

De acuerdo con el estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, una parte de los hallazgos mencionados en La República. Net fueron los siguientes:

Experiencia exportadora y competitividad: El valor de las exportaciones totales de bienes y servicios en los países estudiados ha tenido un crecimiento importante y sostenido durante la última década y media. Sin embargo, todos estos países tienen un gran reto por delante para que las PYMES puedan participar más activamente en las ventas al exterior en términos de innovación y competitividad. (párr.5)

Costa Rica al ser un país productivo de café busca el aprovechamiento de los residuos generados en el procesamiento del mismo para crear e innovar en el área de la agricultura, transformando los despojos en subproductos de café, como lo mencionan los entrevistados son creaciones nuevas dentro de los mercados.

## **Categoría 7. Importancia del Ministerio de Salud**

### **Descripción.**

Se menciona la importancia del Ministerio de Salud ya que es el ente encargado de velar por la salud de la población y sus respectivos permisos sanitarios para exportación relacionado con la inocuidad de los productos, esto de acuerdo con, los comentarios brindados por entrevistados que se presentan a continuación:

Las mayores trabas son los permisos de salud de exportación. (Entrevistado 1)

Los permisos más importantes son los del Ministerio de Salud. (Entrevistado 3)

Al ser un alimento considero que se debe cumplir con los permisos sanitarios y de registro solicitados por el Ministerio de Salud. (Entrevistado 4)

En el nivel mundial y principalmente para Europa y USA al ser un producto de consumo, hay muchos requisitos sanitarios, de inocuidad. (Entrevistado 5)

Lo más complicado de sacar en C.R los permisos de Fanal si fuera el caso, para procesar el producto con un alcohol que ya está dentro del mercado como el cacique es el control con los permisos sanitarios del Ministerio de Salud tanto del producto como de la planta de procesamiento, certificaciones alimentarias en el nivel internacional y nacional “buenas prácticas de manufactura” permisos municipales, patentes, los de salud, análisis clínicos del producto para garantizar que no tenga contaminantes “alcohol de grado alimentario y no adulterado” (Entrevistado 6)

Puede surgir inconvenientes si el país solicitara por permisos fitosanitarios en inglés ya que las traducciones duran mucho tiempo, de igual manera los permisos fitosanitarios por si solos son muy lentos en salir. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

Citando un artículo del Ministerio de Salud (2015) “La inocuidad de los alimentos es un tema de salud pública debido a los riesgos de intoxicación alimentaria y enfermedades agudas o crónicas de transmisión alimentaria.” (párr.1)

Además, la Dra, Reneau-Vernon (2015) menciona en el artículo anterior:

Los alimentos contaminados por bacterias, virus, parásitos o sustancias químicas nocivas causan más de 200 enfermedades, desde diarreas hasta cáncer. Con el fin de

concientizar y promover acciones para prevenirlas en toda la cadena alimenticia, la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) eligió la inocuidad alimentaria como tema del Día Mundial de la Salud 2015, que se celebra el 7 de abril. En este día se busca incentivar a los gobiernos para mejorar la inocuidad alimentaria a través de campañas de sensibilización pública y destacando sus acciones en curso. También alienta a los consumidores a asegurarse de que la comida en sus platos es segura (preguntas qué hacer, etiquetas que mirar, consejos de higiene)” (párr.10)

De igual manera, el Dr. Llorca (2015) hace referencia en el artículo anterior a garantizar el uso adecuado de los mecanismos para favorecer y certificar la salud de las personas,

“Constantemente aparecen nuevas amenazas para la inocuidad de los alimentos. Los cambios en la producción, la distribución y el consumo de alimentos (por ejemplo, la agricultura intensiva, la globalización del comercio de alimentos, la restauración colectiva y la venta de alimentos en la calle), los cambios medioambientales, la aparición de nuevas bacterias y toxinas, y la resistencia a los antimicrobianos, potencian el riesgo de contaminación de los alimentos. El aumento de los viajes y del comercio incrementa la posibilidad de que se propague la contaminación” (párr.4)

Por lo tanto, las empresas deben contar con el respectivo aval del Ministerio de Salud tanto para sus instalaciones de procesamiento como para la comercialización y venta de sus productos para garantizar a sus compradores la seguridad de su salud y que sus productos cumplen con todas las medidas de sanidad e inocuidad establecidas por la respectiva institución.

## **Categoría 8. Registro del producto.**

### **Descripción.**

Las marcas o nombre de productos son el elemento diferenciador de la competencia, pero muchas pymes no ven la importancia de protegerlas por medio de su adecuado registro. Muchas veces el éxito de un bien viene de la mano de la influencia e impacto que posee su marca dentro del mercado, por lo tanto, es de carácter esencial su adecuada protección. El respectivo registro permite al propietario o pymes conceder licencias sobre su empresa u otras dependiendo del producto. La muestra manifestó lo siguiente con referencia a la importancia del registro correcto del producto:

Al ser un alimento considero que se debe cumplir con los permisos sanitarios y de registro solicitados por el Ministerio de Salud, la marca debe estar registrada ante el Registro Público. (Entrevistado 4)

Los permisos por críticos siempre hay que realizarlos ya que todos son importantes, contar con fichas técnicas, el etiquetado nutricional. (Entrevistado 6)

Contratos y las directrices de PROCOMER con la nota técnica, ficha técnica descripción del producto, factura comercial. (Entrevistado 8)

Que los productos estén debidamente registrados. (Entrevistado 9)

### **Análisis.**

Citando a la especialista Leyva (2020), sobre la importancia del registro de la propiedad intelectual se menciona lo siguiente:

“Destacó que desde el año 2017 es notable el crecimiento que ha tenido el registro de marcas, evidencia no solo de la preocupación de sus titulares, sino de la apropiación de una cultura de promoción sobre este tema.

Señaló que aun cuando el proceso demore aproximadamente un año resulta necesaria la realización de este trámite, pues de lo contrario se corre el riesgo de que una tercera persona registre su marca y al ejercer sus derechos podría incluso llegar a prohibir la utilización de la misma para comercializar sus servicios.” (párr.2-3)

De acuerdo con lo menciona por Carlos Sánchez en un artículo publicado por el financiero, antes de realizar el respectivo registro sanitario de un producto la empresa debe asegurar de cumplir los siguientes requisitos previos:

- Debe tener el permiso sanitario de funcionamiento, aprobado por el Ministerio de Salud.
- Asegúrese de que ese permiso incluya la producción del bien que pretende registrar. Por ejemplo, si su permiso de funcionamiento solo contempla la operación de una cafetería, pero no la venta de café elaborado por su pyme, será necesario ampliar ese permiso. De lo contrario, no podría registrarse el bien, pues el permiso no abarca esa actividad.
- Su producto debe cumplir con los requisitos de etiquetado y con otros requisitos según el tipo de producto. Averígüelos antes de empezar con el procedimiento.
- Debe tener firma digital. (párr.4)

El registro adecuado del bien por parte de la empresa va a garantizar una mejor circulación dentro del mercado debido a la protección existente en caso de plagio por parte de la competencia a su vez. Al tener un producto registrado van a disminuir las gestiones en caso de realizar una exportación ya que el bien ya va a contener su respectiva nota técnica de especificación del mismo.

## **Categoría 9. Registro de exportación**

### **Descripción.**

Toda empresa que desea exportar deberá contar con el respectivo registro como exportador ante la Dirección General de Aduanas, dicha acción deberá ser verificada por la Administración Tributaria y deberán contar con su respectivo correo electrónico para la recepción de notificaciones, dicho correo debe ser con la información del Registro Único Tributario. De igual manera, deberá registrarse como exportador ante la Promotora de Comercio Internacional y cumplir con los requisitos solicitados por dichas entidades.

En referencia a la categoría de registro de exportación los entrevistados aportaron los siguiente:

La empresa exportadora debe contar con un código de exportador ante PROCOMER. (Entrevistado 1)

Estar registrado como exportador ante Procomer y cumplir con los requisitos de exportación este ente requiera. (Entrevistado 4)

Los permisos por críticos siempre hay que realizarlos ya que todos son importantes primero se debe contar con el registro de exportador ante Procomer.  
(Entrevistado 6)

### **Análisis.**

De acuerdo con el artículo publicado por el financiero dedicado al análisis de las pymes se menciona lo siguiente con referencia en el registro de exportador:

Si le interesa extenderse y vender los productos de su pyme fuera del país en un futuro, uno de los primeros pasos para hacerlo es registrarse como exportador ante

la Promotora del Comercio Exterior (Procomer). A través de este procedimiento se consigna la información de la empresa, se señalan a aquellos representantes de la compañía que tendrán la potestad de firmar las gestiones de exportación que efectúe la empresa y qué productos se exportan, entre otros datos. (párr.1-2)

Cualquier persona puede registrarse como exportador ante Procomer, dicho trámite se puede realizar como persona física o como persona jurídica y se logra ejecutar de manera presencial o digitalmente de acuerdo con lo de mayor conveniencia para el interesado, dicho trámite es rápido de efectuar siempre que se cumple con cada requisito establecido y con su debida documentación esto para evitar atrasos en el proceso. Cabe recalcar que para realizar el registro de forma digital el encargado legal debe contar con firma digital.

Dicho registro de exportador posee una vigencia de dos años, una vez expirada la fecha se deberá renovar si se desea seguir exportado. Dentro de los requisitos de registro como persona física se encuentran fotocopia de la cédula de identidad, de residencia o del carné de refugiado / asilado político por ambos lados y como persona jurídica se encuentra la personería jurídica vigente y original y la fotocopia de los documentos de identificación vigentes de los representantes legales de la empresa.

## **Categoría 10. Cumplimiento de permisos**

### **Descripción.**

Para realizar una exportación se deben seguir una serie de pasos relacionados con los permisos que deben cumplir las empresas para que sus productos logren salir del país sin ningún inconveniente ya que los permisos van a representar el consentimiento por parte de las diversas entidades dados para realizar dicha acción, En este caso algunos de los comentarios de los entrevistados expresan la importancia de contar con los requisitos y permisos de la manera correcta a pesar de que sean tediosos.

A continuación, se presentan las respuestas brindadas por los entrevistados relacionadas con los permisos:

Si se desea exportar se deben cumplir con todos los requisitos y estar al día con todos ellos por más críticos, engorrosos o lentos que sean estos. (Entrevistado 4)

El principal requisito en el cumplimiento de FDA normas de inocuidad, fitosanitarios, y en algunos casos solicitan otras certificaciones. (Entrevistado 5)

Los permisos por críticos siempre hay que realizarlos ya que todos son importantes primero se debe contar con el registro de exportador ante Procomer, tener los registros del Ministerio de Salud, contar con fichas técnicas, el etiquetado nutricional, partida arancelaria para saber las notas técnicas, tener el contrato de compraventa de forma clara para establecer Incoterms, contar con el DUA. (Entrevistado 6)

Puede surgir inconvenientes si el país solicitara por permisos fitosanitarios en inglés ya que las traducciones duran mucho tiempo, de igual manera los permisos fitosanitarios por si solos son muy lentos en salir. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

De acuerdo con un artículo publicado por La República.Net donde se menciona un estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe hace referencia a lo siguiente, con respecto a los obstáculos que poseen las pymes para ingresar en los mercados extranjeros:

Las PYMES se ven más afectadas por ciertos obstáculos para entrar en los mercados extranjeros que las empresas de mayor tamaño. Estos incluyen los costos de acceso a los mercados extranjeros (crear una red de distribución, cumplir las reglamentaciones y obtener el reconocimiento de marcas, patentes y licencias), lo

cual es un desincentivo para participar en el comercio internacional. Este tipo de costos generalmente son de carácter fijo, lo que hace que su peso relativo sea mayor en empresas de menor tamaño. Esta situación constituye una limitante para el crecimiento de las PYMES y de la economía de sus países, ya que la participación en los mercados internacionales fomenta la productividad. (párr.2)

Con referencia a lo anterior, se puede observar como las pymes de Costa Rica muchas veces se les presentan más obstáculos para realizar sus permisos para llevar a cabo sus exportaciones, ya que al no ser empresas grandes no se les facilitan los procesos tanto en el nivel país como en el nivel internacional. Al ser pymes no se les da la ayuda y seguimiento adecuado al igual que el financiamiento para realizar algunos trámites costos generando estancamientos en sus procesos.

En el mismo artículo anterior, se menciona la falta de agilidad y claridad existente por las entidades en relación con la tramitología que debe seguir una pyme para entrar en los mercados internacionales.

Afinidad de los instrumentos de apoyo: En todos los países varios actores entrevistados, tanto del sector público como privado, opinaron que los instrumentos diseñados en las instituciones públicas no son necesariamente afines a las necesidades de las PYMES exportadoras. A veces dependen mucho de las políticas del gobierno de turno, y no cuentan con reglas claras y trámites ágiles. (párr.10)

## **Unidad de análisis 2. Plan logístico**

Un plan citando a La Real Academia Española (RAE,2018c), es definido como “Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla” (párr.3)”. La logística es definida como uno de los componentes más importantes dentro de una empresa, ya que es el encargado de gestionar lo relacionado con los procesos dentro de la cadena de abastecimiento, contribuye con la administración del proceso de distribución de los productos, a su vez, es el encargado de administrar y velar por los inventarios, los productos y la correcta distribución de estos desde el origen hasta el punto de destino. (Mora, 2016)

Esta segunda unidad de análisis hace referencia a todo lo relacionado con el plan logístico que debe tomar en cuenta la microempresa para realizar la exportación de licor de café con eficiencia y cumpliendo con la satisfacción y necesidad del cliente, las respuestas y opiniones son brindadas por las experiencias y el conocimiento de los entrevistados y está relacionado con el segundo objetivo específico de la presente investigación. Esta unidad de análisis brinda diez categorías mencionadas a continuación.

1. Información dispersa.
2. Capacitaciones.
3. Información accesible.
4. Importación en destino.
5. Trazabilidad.
6. Incoterms.
7. Ventajas de los convenios.
8. Costos.
9. Unidades de producto para exportar
10. Ruta.

### **Categoría 1. Información dispersa**

#### **Descripción.**

Las pymes son una de los nuevos emprendimiento y generadores de empleo en el nivel país, pero la pregunta que se debe plantear es si ellas realmente cuentan con toda la información de directrices por seguir y si reciben el adecuado sistema de apoyo para fomentar su crecimiento y desarrollo, dentro de los sistemas de apoyo se pueden mencionar sistemas educativos enfocados en el emprendimiento o administración y financieros, de igual manera, en la categoría de describirá si las pequeñas empresas cuentan con el conocimiento adecuado de los pasos que deben seguir para realizar una exportación.

En relación con lo anterior, se presentan las respuestas brindadas por los entrevistados al preguntarles si ellos creen que las empresas cuentan con toda la información de las directrices por seguir para realizar una exportación:

No, la mayoría de las empresas no cuentan con el conocimiento adecuado e información precisa para la logística de las exportaciones. (Entrevistado 1)

Para este tipo de productos no se cuenta con toda la información necesaria. (Entrevistado 5)

Muchas veces las empresas no tienen muy claro los pasos a seguir y los requisitos que deben seguir ya que la información que existe no es muy digerible para las empresas que quieren exportar por primera vez. Debería de estar la información más clara y existir guías más claras. (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

De acuerdo con el estudio realizado por Cabeza et al. (2016), menciona que dentro de las principales dificultades que presentan las pymes para su crecimiento e ingresar en los mercados internacionales es la falta de conocimiento en diversos ámbitos y asesoramiento por medio de guías informativas claras, convirtiendo esto en negativas para las empresas.

Las PYMES, las cuales por problemáticas como; la inexistencia de un plan estratégico en la fijación de objetivos, el desaprovechamiento de las políticas e instrumentos de promoción a las exportaciones de los programas creados por el gobierno, desconocimiento de los tratados de intercambio comercial en el nivel internacional, desconocimiento de los mercados potenciales por atender y de forma específica la falta de una guía informativa con procedimientos claros para iniciar en el mundo de la exportación se convierten en diversas barreras y a su vez en desventaja de las Pymes frente a las grandes compañías, que gracias a sus años de experiencia obtienen mayores beneficios con la exportación. (p.88)

En el artículo publicado Figal, L y Maffioli, A (19 de enero 2018), hace mención a la falta de información y a las restricciones existentes dentro de los mercados para las pymes de América Latina y el Caribe:

las PYME en América Latina y el Caribe suelen enfrentar restricciones en diferentes áreas de negocio –debido a diversas fallas de mercado y de coordinación– que limitan su internalización. Estas áreas son principalmente: el acceso a crédito, la intensidad de la innovación, capacidades (capital humano) y forma organizacional. (párr.4)

## **Categoría 2. Capacitaciones**

### **Descripción.**

La capacitación es la acción que emiten las entidades para desarrollar, perfeccionar, preparar o educar a los pequeños emprendimientos en el área de los mercados para que logren ser rentables. En esta categoría se analizarán las opiniones de los entrevistados con el tema de las capacitaciones que se aplican a las empresas, puedan introducir sus productos en los mercados internacionales.

Otras que apenas inician, nosotros las asesoramos y capacitamos para que puedan internacionalizar sus productos. (Entrevistado 2)

No siento que aún me falta, pero empecé hace muy poco a investigar.  
(Entrevistado 3)

Las capacitaciones o información por lo general no llegan a las empresas, son estas las que deben buscar dicha información y empezar con los procesos.  
(Entrevistado 4)

En el caso de nosotros Coopetarrazú contamos con la información por reuniones que tenemos con ellos, debería de estar la información más clara y con guías respectivas. De igual manera PROCOMER realiza capacitaciones. (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

Procomer (2020), menciona en su página web oficial en el apartado capacitaciones lo siguiente:

La Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica coordina y ejecuta las actividades de capacitación para nuestros clientes externos, con el fin de mejorar el conocimiento y las habilidades claves que requieren los empresarios que desean o ya han internacionalizado sus productos o servicios. (párr.3)

Al realizar un análisis a profundidad de la página oficial de la Promotora de Comercio Exterior se observa que en el apartado de capacitaciones están brindado constantemente información sobre las próximas capacitaciones que van a brindar para las empresas y pymes con temas relacionados con el emprendimiento, Incoterms, exportación entre otros, de igual manera dan la posibilidad de comunicarse con ellos por medio de correo electrónico o número telefónico donde la comunicarán y la transferirán a una asesora que lo guiará y brindará la información necesaria para realizar el proceso de exportación por primera vez.

### **Categoría 3. Información accesible**

#### **Descripción.**

Esta categoría se encuentra como una contradicción a las dos categorías anteriores, ya que se analizará de acuerdo con las opiniones brindadas por los entrevistado que las empresas si cuentan con la información de manera completa y de fácil acceso por parte de las diversas entidades encargadas en el área de exportaciones y desarrollo de las mismas.

Las empresas que exportan sí conocen del proceso, algunas otras cuando no saben consultan directamente a PROCOMER para que les asesoren. (Entrevistado 2)

Sí, realmente las empresas contamos con la información de todas las directrices. (Entrevistado 8)

ICAFÉ y Procomer se han preocupado por brindar toda la información. (Entrevistado 9)

### **Análisis.**

De acuerdo con, el artículo publicado por Néstor Azuaje en Grupo Consultor Financiero hace referencia a las ventajas que poseen las pymes en Costa Rica:

En Costa Rica, se ofrece una importante atención institucional a este sector, cuyo marco normativo se encuentra establecido en la ley 8262, y su objetivo es crear un sistema integrado de apoyo para el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa. Entre los beneficios de los cuales gozan las PYME en Costa Rica, se encuentran el acceso a planes de crédito ofrecidos por los bancos del Estado, acceso a tecnologías para mejorar su capacidad de gestión, exoneración del impuesto a las sociedades, entre otros. Para tener acceso a estos beneficios, la pequeña y mediana empresa debe tramitar su inscripción correspondiente ante el MEIC. (párr.5-6)

Por medio de consulta a páginas oficiales se pueden encontrar guías para exportar ya se de Procomer, COMEX, SIICEX y demás donde se facilitará y explicará paso a paso el proceso de exportación, en caso de no entender correctamente los informes las empresas cuentan con la opción de dirigirse directamente a las instituciones encargadas para solicitar la información y la explicación de la misma.

## **Categoría 4. Importación en destino**

### **Descripción.**

La importación en destino se entenderá como los pasos, procesos y requisitos que se deben seguir y cumplir en el lugar de destino de la exportación “México” para generar una exportación en las mejores condiciones tanto para el vendedor como para el cliente. Cada país cuenta con sus determinadas reglas para permitir el ingreso de productos, por lo tanto, el exportador e importador deben verificar que el producto cumpla con cada requisito establecido.

También es muy importante tener en cuenta las leyes, procesos y requisitos de país al cual se exporta para cumplirlos y que la exportación sea un éxito.

(Entrevistado 4)

Cumplimiento de los requisitos de importación en destino, mercadeo, ect. (7)

### **Análisis.**

De acuerdo con lo mencionado por los entrevistados, la empresa debe estar informada de cada una de las políticas dictadas por las entidades en el país de destino para la aprobación del ingreso del producto. Por lo tanto, el buscar un debido asesoramiento para la verificación de cumplir y comprender cada requisito es de suma importancia para realizar la correcta exportación sin sufrir ningún inconveniente.

La documentación principal para realizar una exportación a México es:

- Factura comercial.
- Bill of Lading- Guía aérea- Carta Porte.
- DUA de exportación.
- Lista de empaque (opcional) de acuerdo con lo solicitado.
- Certificado de origen.

- Certificado de calidad y cantidad del producto por exportar. (En caso de requerirlo)

En el caso de importar la bebida alcohólica “licor de café” a México se va a requerir de:

- Registro en padrones de importadores y contribuyentes.
- Inscripción al padrón de contribuyentes de bebidas alcohólicas en el RFC.
- Presentación de las certificaciones correspondientes. (certificación de libre venta y consumo, certificación de análisis y registro sanitario, certificado de origen, certificado fitosanitario internacional, certificado de exportador.)
- Realizar el trámite de merbetes y precintos.
- Verificar el cumplimiento de la norma de etiquetado.

## **Categoría 5. Trazabilidad**

### **Descripción.**

La trazabilidad es el procedimiento o capacidad que poseen las empresas para rastrear sus bienes a través de cada una de sus etapas, desde la compra de materia prima, la producción y el envío, esta categoría está más enfocada en este último, todo lo anterior con el fin de garantizar el correcto trato y seguridad del producto.

Tener los medios de transporte (marítimos, terrestres o aéreos) definidos y contratados, quien se encargará de llevar el producto y pagar los impuestos de exportación. Lo ideal es que sea una ruta lo más directa y eficiente posible, por eso es muy importante conocer y realizar toda la documentación antes de exportar el producto para que cuando esta sea enviada no tarde mucho y no lo tengan que retener en aduana por falta de documentos. (Entrevistado 4)

Que los productos se exporten vía aérea, esto por la rapidez de entrega y menor manipulación de los productos. (Entrevistado 5)

Todo depende del volumen y se recomienda la ruta más directa que el cliente espera que el producto llegue lo más rápido posible. Hay que analizar el costo beneficio. Una ruta con más escalas es más económica, pero más tardanza. (Entrevistado 6)

Exportar de cualquier forma es igual solo varían los precios. La exportación aérea es muy cara por los fletes y la marítimas más económica y al considerar los precios de competición en el mercado mexicano puede ser mejor optar por costos bajos en exportación. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

De acuerdo con lo mencionado por los entrevistados, es clara la opinión con respecto a la búsqueda una trazabilidad que represente mayor rapidez y eficacia para la complacencia del comprador.

El entrevistado número cuatro y el seis hacen la recomendación de buscar la ruta más directa, es decir, la que posee menos puntos de parada ya que al final estas van a ocasionar demoras en el tiempo de entrega y se corre el riesgo de generar un daño en el producto de exportación. Ya que como se menciona, el cliente siempre espera que el producto sea entregado en el menor tiempo posible y en las mejores condiciones.

El entrevistado número cinco por su parte, recomienda realizar una exportación vía aérea por su corto tiempo de entrega y el menor contacto que posee la mercancía si se realiza su exportación de esta manera, ya que si se realiza vía marítima o terrestre el producto posee una mayor manipulación corriendo el riesgo de sufrir algún incidente en la trazabilidad hasta el punto final.

Serrano (2019), menciona lo siguiente en relación a la importancia de la trazabilidad:

Gracias a la trazabilidad podemos conocer la ubicación en ese momento y dónde ha estado previamente el producto, los cambios y transformaciones que ha sufrido,

así como toda incidencia que haya experimentado durante su fabricación y transporte hasta el punto de entrega. (párr. 2)

De igual forma Serrano (2019b), indica que la trazabilidad aporta beneficios a la logística como: transparencia, control de calidad y satisfacción del cliente, eficiencia en la cadena de suministros, protección de la marca, planificación de los procesos productivos entre otros.

## **Categoría 6. Incoterms**

### **Descripción.**

Se entiende como Incoterms a las reglas y términos elaborados por la Cámara de Comercio Internacional, que son utilizados en los contratos de compraventa internacional para determinar la responsabilidad sobre la mercancía que posee el comprador y el vendedor. Por lo tanto, en esta categoría se analiza la opinión de los entrevistados en medida de cual Incoterms es el más adecuado para realizar la exportación del licor de café. Las opiniones son las siguiente:

CIF: TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA (PUERTO EN DESTINO)  
(Entrevistado 3)

En el caso de Coopetarrazú colocamos el producto en la puerta del comprador el problema es que sale muy caro, por eso la importancia de los Incoterms, lo más fácil y adecuado para una exportación es el FOB ya que es un punto intermedio ya uno solo se encargada de realizar los procesos de exportación aquí y el comprador se encarga luego. (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

Los Incoterms con términos utilizados en el comercio internacional para determinar la responsabilidad de la mercancía por parte del vendedor y el comprador, en este caso el entrevistado

tres, menciona la utilización del Incoterms CIF determinado como “coste, seguro y flete”, siendo el vendedor el encargado de cubrir los gastos hasta la llegada al puerto de destino y el comprador asume los gastos de importación y transporte al destino final. Por parte del entrevistado seis se aconseja el Incoterms FOB, el mismo se basa en “libre a bordo” es decir, el vendedor asume los gastos hasta la embarcación de la mercancía a bordo y el comprador se encarga de los costes de flete, descarga, trámites de importación y entrega en destino final.

Por lo tanto, uno de los más recomendables y con el que trabaja la mayoría de las empresas por su factibilidad es el FOB. Cada empresa utiliza el Incoterms que mejor se acomode con sus necesidades, la utilización de uno o el otro son el reflejo directo de las experiencias tanto positivas como negativas de las instituciones con sus respectivos compradores y vendedores en el intercambio de productos.

Asuntos: legales (2019), indica lo siguiente en referencia a la importancia de la escogencia de los Incoterms:

La escogencia del término resulta fundamental a la hora de celebrar un contrato de compraventa internacional pues no solo define el lugar donde serán entregadas las mercaderías y el momento de transferencia del riesgo, sino que indican igualmente quién debe adelantar los trámites administrativos y aduaneros de exportación e importación de los bienes y quién paga el transporte y el seguro sobre los mismos, con lo cual se facilita toda la ejecución de la operación. (párr. 3)

## **Categoría 7. Ventajas de los convenios**

### **Descripción.**

Se va a entender como convenio a las oportunidades que presenta el ingreso de licor de café de la microempresa Fadiva a los mercados mexicanos para los subproductos de café de los demás microbeneficios de Costa Rica, de igual manera se analizará si las microempresas aprovechan de la mejor manera los convenios internacionales para la proyección y ventajas comerciales que

brindan los mismo para sus productos. La deducción por parte de los entrevistados sobre el tema es la siguiente:

El beneficio de llevar a cabo exportaciones de licor de café es que se abren nuevas oportunidades para otros empresarios y otros subproductos. (Entrevistado 4)

En el caso de Costa Rica se basa mucho en el aprovechamiento de los convenios internacionales y en proyectar los productos a nuevos mercados, siempre que la documentación está clara para evitar atrasos y costos adicionales. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

El artículo publicado por el Programa Primera Exportación (2020), expresa la importancia que posee que las pymes cuenten con el conocimiento de cómo aplicar los convenios y aprovechar las ventajas que estos brindan al momento de realizar sus exportaciones.

Muchas empresas comienzan su actividad exportadora aprovechando ventajas comparativas propias de su contexto país que las hace circunstancial pero no sustentablemente competitivas, y está muy bien...aunque no se la deben creer. Deben tener la perspicacia de usar el tiempo de permanencia de las ventajas comparativas y los recursos generados por dichas operaciones para desarrollar ventajas competitivas que les permitan sostener la iniciativa exportadora y/o la acción internacional en el futuro. Es aquí donde la actividad exportadora no estructural -aunque si continua y no ocasional- es una opción muy interesante e importante a desarrollar. (párr.18)

De acuerdo con lo anterior, muchas veces las pymes o empresas no aprovechan al máximo los beneficios ya sea económicos, tramitología e ingreso de sus productos al realizar la negociación con su respectivo vendedor o comprador por el hecho de no contar o estar informados completamente de los convenios que poseen los respectivos países negociantes. Por otro lado, al contar con la respectiva importación, las empresas pueden ayudar a crear nuevos convenios y

colaborar con las oportunidades de ingreso dentro de los diversos mercados a la negociación de producto nuevas pymes.

## **Categoría 8. Costos**

### **Descripción.**

Al momento de realizar una exportación la empresa debe contar con un plan de costos para saber si es rentable realizar la exportación o no, ente caso se comentará de acuerdo con lo aportado por los entrevistados dentro de sus respuestas la importancia de conocer el costo económico final para financiar su proyecto y la importancia de buscar la calidad de la mano con lo económico.

Esto debe revisarse con el comprador y también el producto por tiempo de tránsito y costos. (Entrevistado 1)

Para México la vía terrestre puede resultar muy similar a la marítima, pero todo va a ser de acuerdo con los precios que es más barato, cual es la ruta más directa y que esté dentro de la estructura de costos y que no eleve el costo del producto, es importante al momento de ofrecer el producto saber los precios de ruta de exportación porque después se ofrece un precio y luego enviarlo sale más caro y no se puede modificar el precio ofrecido y la empresa sale perdiendo. (Entrevistado 6)

Pero con precio es mejor barco a pesar de que pueden durar mucho más tiempo, siempre es mejor optar por un precio más económico. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

El Programa Primera Exportación (2020), presenta una visión con respecto al crecimiento y positivismo al realizar una exportación por parte de una pide de acuerdo con lo generado económicamente por la empresa en su primer ingreso dentro de los mercados internacionales.

Podemos decir que una empresa tiene a la exportación como negocio estructural cuando el volumen de la misma se ubica más allá del 20/30 % del total de su facturación. En estos casos podemos afirmar que la empresa ha consolidado su perfil y vocación exportadora, pero sigue siendo nacional en todas sus funciones y recursos. (párr.5)

Los entrevistado seis y ocho mencionan la importancia de buscar la ruta más directa, con mayores beneficios y buscar la realización de una exportación con el menor costo económico posible donde no se supere la estructura establecida por la empresa para no generar negativas económicas en la misma.

### **Categoría 9. Unidades de producto para exportar**

#### **Descripción.**

Se interpreta como unidades dentro de esta categoría a la cantidad o medidas en las que se vende un determinado producto “licor de café”, que de acuerdo con sus experiencias los entrevistados recomiendan para una primera exportación. A continuación, se pueden apreciar sus aportaciones a este trabajo en investigación:

Utilizar personas dedicadas a las exportaciones para iniciar con los subproductos del café, ya que para uno es muy difícil ser productor y exportador más si me inicia con cantidades pequeñas de productos. (Entrevistado 4)

En este caso todo depende de la cantidad de producto que se va exportar. (Entrevistado 6)

Conocer los requisitos del segmento que deseo allegar; porque es de suponer que el producto ya existe, analizar la capacidad de producción, cumplimiento de los requisitos de importación en destino, mercadeo, etc. (Entrevistado 7)

**Análisis.**

Antes de realizar una negociación y determinar la cantidad de producto con el comprador que se desea exportar, se debe analizar de forma interna en la empresa la capacidad de producción que se posee tomando en cuenta la materia prima y la mano de obra necesaria, ya que no se puede ofrecer una cantidad con la cual no se puede cumplir al comprador.

De acuerdo con lo anterior, Diario del Exportador (2020), menciona lo siguiente:

La exportación constituye una actividad a mediano plazo que requiere ciertas capacidades por parte de la empresa y equipo de exportación. La capacidad productiva, está relacionada con la capacidad instalada de la empresa para atender los volúmenes de demanda del mercado objetivo, así como de asegurarse de que el producto cumple con los estándares y requisitos del mercado objetivo. (párr. 1-3)

Para realizar una primera exportación por parte de una pyme se aconseja empezar con pocas unidades, ya que esta se tomará en cuenta como un primera experimento dentro del determinado mercado por exportar, asimismo, se menciona, la importancia de buscar la ayuda de intermediarios para realizar los procesos de exportación ya que muchas veces las pymes no cuentan con la estructura empresarial necesaria para cumplir con cada una de las tareas por realizar y con el conocimiento adecuado.

**Categoría 10. Ruta****Descripción.**

Se entiende ruta al camino establecido para realizar el desplazamiento de un lugar a otro, en este caso se hablará de cuál ruta y medio de transporte es el más adecuado para realizar en esta investigación de análisis tomando en cuenta la factibilidad, rapidez, seguridad del producto y mejor oportunidad comercial para la empresa Fadiva. Lo anterior, tomando en cuenta las recomendaciones realizadas por los entrevistados de acuerdo con las siguientes respuestas:

Que los productos se exporten vía aérea, esto por la rapidez de entrega y menor manipulación de los productos. Que salgan de Puerto Limón Costa Rica hacia puerto Manzanillo en México. Caso contrario vía aérea, Aeropuerto Juan Santamaría, destino final México (bajo transporte multimodal) (Entrevistado 1)

Considero que la ruta más económica y accesible para cualquier exportación de subproductos es vía marítima y como segunda opción vía aérea. (Entrevistado 5)

Una exportación pequeña lo más adecuado es aéreo o terrestre ya que para una agencia es más fácil consolidar una carga. (Entrevistado 6)

Por las características del producto, utilizaría la aérea. (Entrevistado 7)

Cuando se habla de exportar de Costa Rica a México por vía marítima existe el inconveniente: los países no están en ruta comercial por lo tanto a la menor cantidad de barcos con este destino ya que puede haber uno cada 15 días, por lo que se recomienda mejor el aéreo por rapidez, (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

Debido la pandemia del covid-19 muchos medios de transporte se han visto afectados por los atrasos en carretera debido a los cierres de puertos, aeropuerto y fronteras generando negativas para las exportaciones por los atrasos y precios inestables en fletes provocando una incógnita en los exportadores y compradores. En el artículo publicado por mundo marítimo (2020,) se menciona lo siguiente:

En términos de integridad del programa, la cancelación de cientos de servicios causó una inestabilidad significativa en las cadenas de suministro de los clientes. Pero además de eso, los buques que navegan ahora sufren de una fiabilidad de

cronograma extremadamente pobre. Los datos más recientes son que en agosto sólo el 63% de todos los buques de alta mar llegaron realmente a tiempo, incluyendo los buques que tienen hasta un día completo de retraso. El 37% de los buques que llegaron tarde tuvieron un promedio de 4,4 días de retraso. (párr.4)

Generando una incertidumbre por parte de las pequeñas empresas si realmente la ruta más adecuada es la marítima por la inestabilidad en el tiempo de tránsito, ya que un atraso puede provocar conflictos para el vendedor por parte del comprador ya que este siempre espera una empresa precisa en el tiempo establecido.

Procomer menciona el artículo de Legiscomex como la propuesta para aprovechar de mejor manera el convenio comercial entre Costa Rica y México por medio del transporte terrestre de la siguiente manera:

En este sentido, y con el objetivo de ampliar el aprovechamiento de las ventajas comerciales derivadas del Tratado de Libre Comercio, vigente desde el año 1998, es para la Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER) de vital importancia maximizar los mecanismos para potenciar la competitividad de nuestras exportaciones, ofreciendo opciones que le permitan al sector exportador colocar sus productos en el territorio mexicano en menos tiempo, y a un menor costo logístico. Bajo este contexto, surge el proyecto “Servicio de Exportación de Carga Consolidada Vía Terrestre: Costa Rica-México” mediante una alianza estratégica establecida entre las empresas mexicanas y costarricenses bajo la coordinación y dirección de la Unidad de Logística de la Dirección de Inteligencia Comercial. Dicha alianza ofrecerá al exportador nacional la posibilidad de enviar productos hacia el territorio Mexicano, con salidas semanales los días viernes, haciendo uso de la flotilla de la empresa mexicana, quienes se encargarán a su vez de todo el proceso de nacionalización y distribución interna. Por su parte, la empresa costarricense se encargará del proceso de recolección, almacenaje y consolidación de la carga en Costa Rica, así como de todos los procesos relativos al despacho para la exportación. El tiempo de tránsito bajo esta nueva modalidad de servicio será de aproximadamente 8 días, muy por debajo de los aproximadamente 20 días que se manejan actualmente mediante la vía marítima. (párr.2-5).

Las exportaciones vía aérea hacia México saliendo de Costa Rica no representan un alto porcentaje que en su mayoría son vía marítima, seguidas por la vía terrestre. Sin embargo, México

cuenta con 82 aeropuertos. Sus principales son el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y el Aeropuerto Internacional de Cancún, con un aproximado de seis a ocho horas de tiempo de tránsito siendo este el tiempo más rápido comparado con la vía marítima y terrestre, además posee más horarios de salida de acuerdo con el proveedor de logística utilizado para realizar el transporte.

### **Interpretación de los datos**

El licor con base en café es un producto con una alta capacidad competitiva en el mercado de México, lo cual significa una gran ventaja para la microempresa Fadiva. Ahora bien, esto se debe a que este es un nuevo mercado que está incursionando en México, por lo que, el producto en sí posee una baja competencia, mayoritariamente con otros licores locales.

Además, se cuenta con la ventaja de que el producto que se ofrece, tiene un carácter innovador, debido a que no son muchos los otros países que se encuentran exportando a este país dicho producto. Asimismo, este es un producto del que el público general no conoce mucho, por lo que, para garantizar esta ventaja es importante educar al mercado sobre sus características, como lo son su bajo impacto ambiental y su diversificación de usos.

Ahora bien, al hablar de un mercado como México, es de resaltar que esta nación ya cuenta con una alta demanda de bebidas alcohólicas, por lo que, recientemente se ha incrementado la demanda de los licores con base en café, así como la diversificación de usos, siendo este una ventaja para la marca. Por tanto, el producto ofrecido Fadiva, muestra un alto nivel de aceptación en dicho mercado.

Por otra parte, para contar con dichas ventajas en el mercado es esencial tener una correcta nomenclatura de las partidas arancelarias, para así no contar con confusiones o contratiempos. Ya que, como se mencionó anteriormente, el licor de café es un producto innovador, por lo que, al introducirlo en un nuevo mercado, puede generar dudas al realizar la importación o exportación, generando atrasos.

Al mismo tiempo, es importante buscar una certificación de calidad y de un buen proceso de manipulación y producción del producto. Usualmente, en términos de exportación de café, dichos documentos son brindados por el Instituto del Café de Costa Rica, pero, existe la particularidad de que, ellos no cuentan con un protocolo específico para productos derivados del café, por lo que, se recomienda buscar una manera de dar dicho sello de calidad.

Asimismo, para comercializar este producto, es importante tener conciencia sobre los requisitos, permisos y procesos los cuales propicien la seguridad del producto, además de garantizar una exportación en el tiempo establecido, sin generar atrasos. Igualmente, para tener una exportación exitosa, es necesario cumplir con los permisos y normas dictadas por el Ministerio de Salud, esto con el objetivo de velar por la salud del cliente y contar con un respaldo sanitario para exportar dicho producto.

De la misma manera, es vital para la marca contar con el registro de la propiedad intelectual, ya que, gracias a este la empresa Fadiva va a protegerse ante fraudes, robos o plagio de su producto. Además, es de suma importancia contar y estar al día, con los registros de exportación respaldados por Administración Tributaria, debido a que estos son necesarios para que la pyme pueda vender sus productos fuera del país.

Sin embargo, cabe recalcar que, para poder dar un buen aprovechamiento de las ventajas ante el mercado mexicano, como lo son el carácter innovador, el mercado existente y la baja competencia; es sumamente necesario contar con todos estos permisos y requisitos al día, a pesar de ser tediosos, ya que, si se desea tener una exportación exitosa es necesario contar con estos.

De igual manera, el contar con la debida información de los procesos y directrices que debe seguir una empresa para realizar la exportación queda en manos de ella misma, ya que las instituciones sí brindan capacitaciones constantes, guías informativas y dan a opción de una asesora especializada que dará todo el seguimiento requerido a la pyme, por lo tanto, si las empresas no cuentan con la información debe comunicarse con las respectivas entidades ya sea Procomer, COMEX, Ministerio de Salud e Icafé entre otras, para solicitar un asesoramiento.

El conocer la normativa del país con el cual se realiza la negociación es vital para realizar ya sea una exportación e importación de manera exitosa, ya que cada uno posee diferentes normas de etiquetado, sanidad, solicitud de diversos documentos especiales entre otras generalidades. Las empresas que desean exportar al exterior deben cumplir con todos los requisitos y reglas del país en destino para no generar atrasos e inconvenientes en la entrada al mismo o sufrir una devolución o retención de su mercancía.

Asimismo, el determinar el Incoterms más adecuado para la empresa es de suma importancia, ya que del mismo se van a derivar temas de trazabilidad, costos, tiempos de tránsito, medios de tránsito, seguros, fletes, ruta y donde se buscará cumplir con la necesidad del cliente de una manera rápida, ágil y precisa generando el menor costo para la empresa y cumpliendo con una ganancia significativa para la misma.

El presente trabajo de investigación está enfocado en una pyme, se determina que al ser su primera exportación dentro de un mercado internacional lo más adecuado para ellas es empezar con una exportación de una pequeña cantidad de unidades de licor de café, la cual no exceda tanto su presupuesto de producción, mano de obra y materia prima para cumplir con la entrega de la mejor manera y pueda generar experiencia en el área poco a poco.

Por otra parte, se determina la importancia de que las empresas cuenten con el asesoramiento adecuado y la información para aprovechar los convenios internacionales y las ventajas que estos presentan tanto económicas, competitivas y la agilidad en métodos para realizar sus procesos de una forma más sencilla y rápida.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este capítulo se muestran las conclusiones y recomendaciones a las que llegaron por medio de los datos recolectados durante el desarrollo de la presente investigación, para con ello buscar la mejor opción relacionada con el plan logístico de exportación de la microempresa Fadiva.

### **Conclusiones**

Se concluye que los microbeneficios de café brindan un mayor enfoque en la creación de subproductos, a partir de los residuos considerados materia prima para la elaboración de los mismos con un mayor valor agregado y calidad.

Se logra determinar que la cantidad y calidad del producto que son capaces de procesar los microbeneficios de acuerdo con sus plantas de producción, son los principales diferenciados de la figura de las restantes empresas del mismo sector productor.

Se demostró el rol protagónico de la Promotora de Comercio Exterior y el Ministerio de Salud en temas de exportación.

Se evidencia la falta de conocimiento y experiencia que poseen los microbeneficios para exportar, por lo que siempre recurren a la figura de los intermediarios jugando estos un papel importante dentro de las exportaciones de los mismos.

Se concluye que las barreras arancelarias son trabas del comercio que brindan beneficios de salubridad y las partidas arancelarias para subproductos de café no son totalmente claras para realizar la tramitología.

Se menciona que los subproductos de café son innovaciones dentro del mercado, por lo tanto, las entidades especializadas en exportaciones no cuentan con la total información para la exportación y comercialización de dichos productos.

Se evidencia una problemática en la falta de comunicación existente entre los microbeneficios y la Promotora de Comercio Exterior.

Se determina la falta de conocimiento que poseen los microbeneficios en relación con la promoción internacional, debido al poco entendimiento de las guías e informes brindados por la Promotora de Comercio Exterior.

Se evidencia el potencial competitivo dentro del mercado mexicano para el licor de café de la microempresa Fativa debido a sus características.

Se menciona la problemática presente dentro del organismo de exportaciones de las pymes, ya que al trabajar con intermediarios son ellos los que cuentan el contacto del cliente final y no las pequeñas y medias empresas dificultando próximas exportaciones.

Se logra determinar que los procesos productivos de las microempresas son factores de suma relevancia para ellos ya que están ligadas a ofrecer un alto nivel de calidad dentro de los mercados internacionales.

Se concluye que el área logística es el de mayor desconocimiento para los microbeneficios, principalmente enfocado en la tramitología, pasos por seguir para exportar y documentación.

Lo factible para la primera exportación de la microempresa Fativa es el Incoterm CPT, FOB o realizar una negociación puerta a puerta.

Se concluye que para desarrollar el plan logístico para la microempresa Fativa ella debe contar primeramente con la inscripción ante las entidades correspondientes, establecer sus principales compradores y realizar las distintas cotizaciones para garantizar el precio más adecuado para la capacidad financiera de la institución.

## Recomendaciones

Se recomienda a Procomer facilitar información más clara, concisa, con un vocabulario poco complejo y una mayor explicación de las directrices por seguir para exportar y de esta manera impulsar a las empresas exportadoras.

También se recomienda a las entidades como el Ministerio de Salud, COMEX y Procomer facilitar la información más clara sobre las medidas arancelarias y no arancelarias requeridas para los subproductos de café.

Se le recomienda a ICAFÉ y Procomer, realizar investigaciones acerca de subproductos de café, para brindar un mayor asesoramiento en el tema.

Se le sugiere a Fadiva buscar un mayor asesoramiento y estudiar los mercados donde sea factible ingresar, además, de capacitarse en temas de acuerdos comerciales.

Se le recomienda a Fadiva capacitarse en temas de especificaciones de etiquetado, empaque y embalaje requeridos para realizar una exportación.

Se le sugiere a Fadiva, realizar una investigación acerca de la promoción de productos en México para garantizar un mayor alcance en su exportación.

Se recomienda a Fadiva, empezar con una exportación pequeña en temas de unidades del producto a exportar para verificar la aceptación del producto dentro del mercado.

Se le sugiere a Fadiva, utilizar el transporte aéreo por temas de rapidez, menor contacto y mayor seguridad para el producto con referencia en sus características, siempre que la exportación sea pequeña.

Se le sugiere a Fadiva, utilizar el transporte marítimo para la exportación de grandes cantidades de producto.

Se le recomienda a Fadiva, la utilización el Incoterm CPT “transporte pagado a”, en caso de realizar una exportación vía aérea.

Se le recomienda a Fadiva, utilizar el Incoterm FOB “franco a bordo”, en caso de realizar una exportación vía marítima.

Se le recomienda a la microempresa Fadiva iniciar el proceso de registro ante la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, por motivo de acceder y poseer el código de exportador para facilitar el proceso de exportación.

Se le recomienda a Fadiva, la creación de un departamento de exportaciones con personal capacitado en dicha área.

Se sugiere a futuros investigadores, ampliar el conocimiento y realizar un enfoque en nuevos subproductos de café por la amplia variedad de los mismos.

## **CAPÍTULO VI: PROPUESTA**

### **Objetivo específico**

Diseñar el mapa de la ruta logística para la exportación de licor con base en café de Costa Rica con rumbo a México.

### **Proyección de la propuesta del mapa de ruta logístico**

Se propondrá un mapa de ruta logística para la microempresa Fadiva. En la actualidad esta empresa familiar solo se dedica a exportar café tostado por medio de intermediarios, por lo tanto, aún no han buscado la internacionalización de sus subproductos de café, en este caso se enfoca específicamente en el licor de café.

La finalidad del presente trabajo es elaborar un mapa de ruta logística, este se convertirá en una herramienta clave para Fadiva al tomar la decisión de iniciar una exportación a México, donde se enfocará en un primer envío de pequeña magnitud equivalente a 42 cajas, para un total de 504 botellas de 375ml de licor de café, utilizando la vía aérea. Se pretende realizar diversas cotizaciones enfocadas en la consolidación, empresas transportistas y seguros, con el fin de presentar un panorama realista sobre los gastos que conllevan las labores del comercio internacional.

### **Capacidad productiva de la empresa**

Actualmente, la microempresa Fadiva dedica su mayor producción al café gourmet, sin embargo, se enfocan en la comercialización de su amplia variedad de subproducto como lo es el licor de café. Tienen una capacidad de producir 150 unidades por día equivalentes a 56 250ml. Es debido a la pequeña cantidad productiva de la empresa que se toma la decisión de realizar una primera exportación pequeña, vía aérea y en caso de querer de forma consolidada.

## Ruta logística para la exportación de licor de café Fadiva

### Proveedores

A continuación, se presenta la tabla compuesta por las empresas sugeridas para brindar los servicios logísticos de exportación vía aérea para la microempresa Fadiva, además, se expresa una descripción de las labores que ofrecen y el corto cotizado por las compañías, cabe recalcar, que la cotización se realizó por una cantidad de 42 cajas con un peso total de 367.080kg bajo el INCOTERM CPT con destino final Ciudad de México, CDMX, México.

Cabe recalcar que las cotizaciones fueron realizadas a UPS, DHL, Aimi, Aeroméxico y Volaris, sin embargo, solo las empresas, expuestas en la siguiente tabla fueron las que brindaron su correspondiente cotización.

Cada uno de los rubros mencionados a continuación, se encuentran desglosados en el apéndice B, C y D, los mismos están compuesto por las cotizaciones realizadas a las entidades correspondientes del servicio de exportación vía aérea.

*Tabla 4 Costo total de las cotizaciones realizadas*

Institución	Descripción de labor	Costo total
UPS Supply Chain Solutions	Empresa de logística que se encarga de brindar los servicios de exportación vía área para la internacionalización de la mercancía de Fadiva a México.	\$ 1, 118.65
DHL	Empresa de logística que se encarga de brindar los servicios de exportación vía área para la	\$ 1, 406.54

	internacionalización de la mercancía de Fadiva a México.	
--	--	--

*Nota: Elaboración a partir de las cotizaciones realizadas, 2020.*

### **Incoterm**

El Incoterm utilizado para llevar a cabo la exportación es transporte pagado a “CPT”, en este caso el vendedor (Fadiva) debe responder por la entrega de la mercancía en su almacén, la carga de la mercancía en el camión, el transporte local en origen desde el almacén a aeropuerto, el despacho de aduana de exportación, la contratación del seguro de transporte, la carga y estiba de la mercancía en el buque y el transporte internacional de la mercancía.

### **Logística de exportación**

Si Fadiva decide trabajar con un courier, ellos brindan el servicio de recolección de la mercancía y el transporte hasta la terminal de carga correspondiente. Cabe recalcar que dependiendo el valor CIF de la carga deberá de ser trasladada primero a un almacén fiscal y luego a la terminal, en dicho caso los courier realizan el traslado. Los mismo llegaría a la ubicación exacta de Fadiva en un horario estipulado con anticipación, para realizar el cargamento de la misma.

En caso de trabajar con una aerolínea, Fadiva debe recurrir al contrato de un transporte local, el mismo se encargará de transportar la carga desde las instalaciones de la misma, hasta el almacén fiscal correspondiente, donde luego se procederá a realizar el recorrido hasta su debida terminar de carga.

Los tiempos de tránsito van a variar dependiendo de la empresa contratada y el contrato de servicio que se realice, se puede estipular que va de los tres hasta siete días en tránsito siendo estos tiempos muy cortos en comparación con la vía terrestre y marítima. Cabe recalcar que actualmente, por motivo de la pandemia mundial, el tiempo de tránsito puede variar y puede verse afectado en atrasos.

### Mapa de ruta

De acuerdo con distancia entre México y Costa Rica (2020), se menciona lo siguiente, “La distancia en línea recta (ruta aérea) entre el centro geográfico de México y el centro geográfico de Costa Rica es de **2522 km (1567 millas o 1362 millas náuticas)**” (párr.1). Además, se presenta la siguiente ilustración:

*Ilustración 2 Ruta aérea Costa Rica-México*



*Fuente: Recuperado de Distancia entre México y Costa Rica, (2020)*

## Bibliografía

Abdallah, N. (2016, 17 julio). *Proceso de Exportación en Costa Rica (PROCOMER)* [presentación de diapositivas]. <https://prezi.com/d1oyw4kkuujt/proceso-de-exportación-en-costa-rica-procomer/>

Administrator. (2015). *Ministerio de Salud ratifica compromiso de mejorar inocuidad de los alimentos*. Ministeriodesalud.Go.Cr. [https://www.ministeriodesalud.go.cr/misalud\\_2017/index.php/noticias-cd/noticias-2015/758-ministerio-de-salud-ratifica-compromiso-de-mejorar-inocuidad-de-los-alimentos](https://www.ministeriodesalud.go.cr/misalud_2017/index.php/noticias-cd/noticias-2015/758-ministerio-de-salud-ratifica-compromiso-de-mejorar-inocuidad-de-los-alimentos)

Agrositio. (2020). Director General del IICA inauguró conferencia internacional sobre bioeconomía. *ICABR 2020*. <https://www.agrositio.com.ar/noticia/213029-director-general-del-iica-inauguro-conferencia-internacional-sobre-bioeconomia-icabr-2020>

Arce, R y Monge, R. (2017). *Merceología estudio de las mercancías objeto de comercio internacional*. Editorial Digital Imprenta Nacional. Recuperado de [https://www.imprentanacional.go.cr/editorialdigital/libros/textos%20juridicos/merce\\_segunda\\_edicion.pdf](https://www.imprentanacional.go.cr/editorialdigital/libros/textos%20juridicos/merce_segunda_edicion.pdf)

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1995). *Ley 7557: Ley General de Aduanas*. [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=25886&nValor3=89979&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=25886&nValor3=89979&strTipM=TC)

Cabeza, R., Villegas, M., & Iglesias, M. (2016). *Factores que inciden en el éxito o fracaso en el proceso de exportación de las pymes*. Investigación y desarrollo en TIC. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2745-Texto%20del%20art%C3%83\\_culo-3157-3-10-20180511.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2745-Texto%20del%20art%C3%83_culo-3157-3-10-20180511.pdf)

Cabrera, D y Valéz, L (2018, 11 mayo). *Estudios de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de café con licor en polvo. (Trabajo de grado)* Universidad Católica de Pereira, Colombia.

Cámara de Exportadores de Costa Rica. (2019). ¿Quiénes somos? Misión. *CADEXCO*.  
<https://www.cadexco.org/contents/CADEXCO/2>

*Capacitaciones para exportadores de Costa Rica | Procomer*. (2019). Procomer Costa Rica.  
<https://www.procomer.com/inicio/capacitaciones/>

Ceballos, A. (2019). Documento y requisitos para importación a México 2020. *Comercio y Aduanas*.

<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/requisitosparaimportar/lista-de-requisitos-y-documentos-para-importar/>

Chaves, R.; Chan, V-; Arguedas, P. y Mora, J. (2009). *Desarrollo de productos no convencionales a partir de café y sus subproductos (Informe final)*. Instituto Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica.

COMEX. (2004). Preguntas frecuentes sobre el TLC Lo que usted necesita saber sobre el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos. *Ministerio de Comercio Exterior*. <http://www.comex.go.cr/media/7690/preguntas-frecuentes-sobre-el-tlc.pdf>

COMEX. (2020). TLC entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.  
<http://www.comex.go.cr/tratados/centroamerica-y-mexico/>

Cortés, M. y Ladino, O. (2016). Elaboración de una bebida alcohólica usando subproductos del proceso de beneficio del café (pulpa de café)". *Revista Nova*.  
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/rnova/article/view/619/683>

Corzo, A. y Morales, J. (2019, mayo). *Bebida fermentada de cascarilla de café aplicado en repostería. (Tesis)*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México.

Héctor Mauricio Medina. (2019, 6 agosto). *Incoterms 2020*. Asuntoslegales.com.Co; La República. <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/hector-mauricio-medina-531081/incoterms-2020-2893338>

*Distancia entre México y Costa Rica*. (2020). Mexicodistancia.Com.  
<http://www.mexicodistancia.com/cc/MX-CR>

Ecoanálisis Consultores. (2020, 19 mayo). *La importancia de innovar para la exportación por parte de las PYMES*. Recuperado de Larepublica.Net; La República. <https://www.larepublica.net/noticia/la-importancia-de-innovar-para-la-exportación-por-parte-de-las-pymes>

Elmundo.cr. (2020, 3 junio). *Exportación de café de Costa Rica con tendencia positiva en el mercado*. *Elmundo.cr*. <https://www.elmundo.cr/economia-y-negocios/exportacion-de-cafe-de-costa-rica-con-tendencia-positiva-en-el-mercado/>

Embajada de la República de Guatemala en la federación de Rusia (20 de setiembre de 2018). Licor de café artesanal guatemalteco “YAAKUN KAAPEH” desea introducirse al mercado ruso. *Embajada de la República de Guatemala en la federación de Rusia*. <http://embaguate.ru/20092018-licor.html>

*Expansión*. (2020, 23 octubre). *Expansión*. <https://expansion.mx/opinion/2020/10/22/el-consumo-de-alcohol-en-mexico-el-problema-no-son-los-ricos>

ExpoANTAD Alimentaria México. (2020). El mercado de las bebidas alcohólicas en México. Consumo y tendencias. *ExpoANTAD Alimentaria México* [http://media.firabcn.es/content/T703020/docs/sectores/2020ExpoANTAD&AlimentariaM%C3%A9xico\\_%20BEBIDAS\\_ALCOH%C3%93LICAS\\_ES.pdf](http://media.firabcn.es/content/T703020/docs/sectores/2020ExpoANTAD&AlimentariaM%C3%A9xico_%20BEBIDAS_ALCOH%C3%93LICAS_ES.pdf)

- Gamboa, F. (2017). Evolución de los flujos de comercio internacional de Costa Rica tras los tratados de libre comercio. <https://www.tlc.estadonacion.or.cr/documentos/modulo-2/1-EVOLUCIÓN-FLUJOS-COMERCIO-INT-PEN.pdf>
- Gordón, M. (2015). *Oportunidades del mercado en China y la comercialización del Licor de Café. (Tesis)*. Universidad Politécnica Estatal de Carchí, Ecuador.
- Govaere, V. (s.f). Informe especializado: Desafíos del Comercio Exterior en Costa Rica. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1869>
- Héctor Mauricio Medina. (2019, 6 agosto). *Incoterms 2020*. Asuntoslegales.com.Co; La República. <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/hector-mauricio-medina-531081/incoterms-2020-2893338>
- IAE Business School en alianza con Primera Exportación – Dirección de Exportaciones 3º Ed.(Online)*. (2020, 20 Julio). Programa Primera Exportación. <https://primeraexportación.com/carta-a-las-pymes/>
- Instituto del Café de Costa Rica (Icafé) (2018, 20 noviembre). Se abren mayores oportunidades para el Café de Costa Rica en la Unión Europea. *ICAFE*. <http://www.icafe.cr/se-abren-mayores-oportunidades-para-el-cafe-de-costa-rica-en-la-union-europea/>
- Instituto del Café de Costa Rica (Icafe) (2017, 3 diciembre). El análisis del mercado mundial del café. *ICAFE*. [http://www.icafe.cr/wp-content/uploads/informacion\\_mercado/informes\\_actividad/anteriores/2017.pdf](http://www.icafe.cr/wp-content/uploads/informacion_mercado/informes_actividad/anteriores/2017.pdf)
- Kahlúa - Pernod Ricard, créateurs de convivialité. (2016). Pernod Ricard, Créateurs de Convivialité. <https://pernod-ricard.com/es/brands/our-brands/kahlua/#:~:text=Pionero%20del%20licor%20de%20caf%C3%A9%20Kahl%C3%BAa%20naci%C3%B3n%20en%20M%C3%A9xico%20en%201936.&text=Kahl%C3%BAa%20se%20compone%20de%20granos,en%20el%20altiplano%20de%20Veracruz>

*La importancia de la trazabilidad en la logística - Sixphere.* (2019, June 20). Sixphere.

<https://sixphere.com/blog/importancia-trazabilidad-logistica/#:~:text=Gracias%20a%20la%20trazabilidad%20podemos,hasta%20el%20punto%20de%20entrega.>

*LegisComex (2015). Sistema de inteligencia comercial.* Legiscomex.Com.

<https://www.legiscomex.com/Documentos/costa-rica-mexico-optimizaron-logistica-abr-28-16-15not>

León, D. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de licor de café y su comercialización en la ciudad de Loja.* (Tesis) Universidad Nacional de Loja. Ecuador.

Leyva, A. (2020). *Radio Holguín - Resaltan importancia del registro de marcas y derechos de autor en Holguín.* <http://www.radioholguin.icrt.cu/ciencia/item/4488-resaltan-importancia-del-registro-de-marcas-y-derechos-de-autor-en-holguin>

*Ley General de Aduanas.* (n.d.).

[https://www.hacienda.go.cr/docs/51c9baa1b805f\\_LEYGENERALDEADUANASACTUALIZADAAOCTUBRE2012.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/51c9baa1b805f_LEYGENERALDEADUANASACTUALIZADAAOCTUBRE2012.pdf)

Mazzoccone, D. (2012, 26 noviembre). *Somos Pymes - LA IMPORTANCIA DE LOS DOCUMENTOS EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR.* Somospymes.Com.Ar. <https://www.somospymes.com.ar/item/1605-la-importancia-de-los-documentos-en-las-operaciones-de-comercio-exterior.html>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2004). *Preguntas frecuentes sobre el TLC.* [http://www.sice.oas.org/TPD/USA\\_CAFTA/Studies/CRyTLC.pdf](http://www.sice.oas.org/TPD/USA_CAFTA/Studies/CRyTLC.pdf)

Monge, J (2019). *Estudios de perfectibilidad procesamiento artesanal y comercialización del fruto de café, por parte de la familia Monge Salmerón de Corralillo de Cartago.* (Tesis). Instituto Nacional de Costa Rica (TEC). Costa Rica

Mora, L. (2016). *Gestión Logística Integral*. En L. Mora, *Gestión Logística Integral* (Segunda edición ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones

Mundo marítimo información marítima de Latinoamérica. (2020, 28 octubre). *Estabilidad de las tarifas de fletes de transporte de contenedores no cabe en ninguna estimación* Mundomaritimo.Cl. <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/estabilidad-de-las-tarifas-de-fletes-de-transporte-de-contenedores-no-cabe-en-ninguna-estimacion>

Néstor Azuaje. (15 de febrero 2018). Principales dificultades que enfrentan las PYME relacionadas con su gestión financiera. *Grupocf.Biz*. <http://grupocf.biz/2018/02/14/principales-dificultades-que-enfrentan-las-pyme/>

Peña, C. (2016). *Manual de transporte para el comercio internacional: selección y gestión del transporte para la exportación*. Marge Books. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/43759?page=1>

Preguntas frecuentes. (2015). ICAFE. <http://www.icafe.cr/preguntas-frecuentes/>

Rivera, S. y Valarezo, C. (18 de octubre de 2016). *Producción y comercialización de licor de cacao y café*. (Tesis) Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador.

Román, L. (2011). Redescubra la tierra de los Aztecas: oportunidades para los productos costarricenses. *PROCOMER*. <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Logistica%20de%20exportacion%20hacia%20Mexico%20Oct%20%202011.pdf>

Promotora de Comercio de Costa Rica. (2019). *Acerca de Procomer: ¿Qué es Procomer?* *PROCOMER.com* <https://procomer.com/es/acerca-de>

PROCOMER. (2020). Informe especializado: Guía informática sobre temas de comercio exterior. *PROCOMER.com*. [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa\\_sobre\\_temas\\_de\\_comercio\\_exterior2020-03-17\\_17-54-02.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa_sobre_temas_de_comercio_exterior2020-03-17_17-54-02.pdf)

Pymes El Financiero. (2015, 5 febrero). *¿Cómo se realiza el registro sanitario de un producto?* El Financiero, Grupo Nación; <https://www.elfinancierocr.com/pymes/como-se-realiza-el-registro-sanitario-de-un-producto/RNKKZRSIQBGWVG4RRXGVD6X76E/story/>

Pymes El Financiero. (2015, 4 agosto). *Pymes que hacen sus propios trámites para exportar y sin tener que pagar a una agencia aduanal*. El Financiero, Grupo Nación; El Financiero. <https://www.elfinancierocr.com/pymes/pymes-que-hacen-sus-propios-tramites-para-exportar-y-sin-tener-que-pagar-a-una-agencia-aduanal/5DYDY4MMV5DULIOLN7O4MDJPP4/story/>

SALICSA. (2020). Salicsa. Licores. *SALICSA*. <http://www.salicsa.com/productos/licores.html#:~:text=Caf%C3%A9%20Rica%2C%20Licor%20de%20Caf%C3%A9,zonas%20altas%20de%20Costa%20Rica.>

Santelices, M. (14 de abril de 2019). *Propuesta para crear una identidad cafetalera en Las Tolas*. (Tesis). Universidad San Francisco de Quito, Ecuador.

Serna-Jiménez, J.; Torres-Valenzuela, L.; Martínez, K. y Hernández, M. (15 de agosto de 2017). Aprovechamiento de la pulpa de café como alternativa de valorización de subproductos. *Revista ION*.

SIECA. (2020). Declaración Única Centroamérica (DUCA). *SIECA*. <https://www.sieca.int/index.php/plataformas-electronicas/servicios-en-linea/declaracion-unica-centroamericana/>

SIICEX. (2016). Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México. *SIICEX*.  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/Guia-Mexico2016.pdf>

SIICEX. (s.f). Plan de Desarrollo de Mercado México. *SIICEX*.  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/PDM%20Mexico.pdf>

## APÉNDICES

### Apéndice A. Instrumento: Entrevista.

1. ¿Cuál considera usted que es la capacidad de competencia de los subproductos a base de café en mercados mexicano?
2. ¿Cuáles son las trabas que existen en gestión aduanera con subproductos del café?
3. ¿Cuáles son los requisitos y permisos más importantes para llevar a cabo la exportación de licor de café a México?
4. ¿Cuáles proceso o permisos considera críticos y cuales no para llevar a cabo la exportación de licor de café a México?
5. ¿Considera que las empresas cuentan con la información completa de las directrices a seguir con respecto a las exportaciones?
6. ¿Cuáles procesos logísticos considera que son los adecuados para la exportación de los subproductos de café?
7. ¿Qué procesos encuentra beneficiosos en los planes logísticos de exportación de licor de café?
8. ¿Cuál proceso logístico considera el más favorable para la exportación de licor de café a México?
9. ¿Cuál mapa de ruta logística considera el más adecuado para la exportación de licor de café a México?

## Apéndice B. Cotización realizada a la empresa UPS

Cargo Description																				
Origin Tariff Point	SJO				Incoterm	CPT														
Destination Tariff Point	MEX				Service	EC CONSOLIDATED (5-7 days ATA)														
Destination	Miguel Hidalgo 11220				Terms	DOOR TO AIRPORT														
<b>Cargo Detail</b>																				
Box	42	pc	Commodity		Licor de Café															
Measures	24.5*33*17.5	cm																		
CBM	0.59	m3	HAZ	N/A																
Real Weight	100	kg	UN	N/A																
Dimensional Weight	367.08	vol/kg	Class	N/A																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVICE LEVEL</th> <th>MIN</th> <th>-45 KG</th> <th>+45 KG</th> <th>+100 KG</th> <th>+500 KG</th> <th>+1000 KG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EC- CONSOLIDATED</td> <td>\$ 165.00</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>\$ 1.58</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>							SERVICE LEVEL	MIN	-45 KG	+45 KG	+100 KG	+500 KG	+1000 KG	EC- CONSOLIDATED	\$ 165.00	-	-	\$ 1.58	-	-
SERVICE LEVEL	MIN	-45 KG	+45 KG	+100 KG	+500 KG	+1000 KG														
EC- CONSOLIDATED	\$ 165.00	-	-	\$ 1.58	-	-														
General Rates																				
OC	International Charges	Rates	Basis	Amount																
AF	Airfreight	\$ 1.58	kg/ min \$85	\$ 579.99																
33	Fuel Surcharge	\$ 0.60	kg/ min \$30	\$ 220.25																
84	Security Surcharge	\$ 0.19	kg/ min \$20	\$ 69.75																
<b>Origin Charges</b>																				
74	Airport Fee	\$ 0.01	kg/ min \$1	\$ 3.67																
79	Airway Bill Preparation Fee	\$ 40.00	SHIPMENT	\$ 40.00																
85	Customs Brokerage	\$ 90.00	SHIPMENT	\$ 90.00																
912	Terminal Handling Charge	\$ 40.00	SHIPMENT	\$ 40.00																
PU	Pick Up at Origin	\$ 75.00	SHIPMENT	\$ 75.00																
<b>Destination Charges</b>																				
				<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,118.65</b>															

### Condiciones de Comercialización:

**Vigencia:**

**Forma de pago:**

**Observaciones:**

La vigencia de la presente oferta es hasta el 09 de Diciembre del 2020.  
 Según términos fijados entre UPS SCS y su representada.  
 Carga puede estar sujeta a Regulaciones de Importación en Aduana.  
 Cargos de destino sujetos a confirmación.  
 Las tarifas pueden variar de acuerdo al peso y volumen real de la mercadería.  
 El seguro puede variar con base al monto real de la factura.  
 Si acepta esta tarifa damos por entendido la aceptación de las notas adjuntas.  
**Esta cotización NO incluye PAGOS a TERCEROS**



UPS Supply Chain Solutions - UPS SCS Costa Rica, Ltda

Esta información es confidencial, únicamente podrá ser utilizada por la empresa a quien es dirigida o funcionarios de la misma, cualquier violación de confidencialidad podrá ser llevado a los tribunales de la República de Costa Rica

## Apéndice C. Cotización realizada a la empresa DHL

**Service Information**

Origin Airport: San Jose (SJO), Costa Rica      Destination Airport: Mexico City (MEX), Mexico  
 Incoterm: CPT - Carriage Paid To      Commodity: GENERAL CARGO  
 Pickup Address: SAN MARCOS DE TARRAZÚ, LA SABANA, CALLE VARGAS, SAN JOSÉ      Delivery Address: TERMINAL AÉREA

Service Level	Carrier	Via	Transit Time			Frequency
			Pickup	Freight	Delivery	
DHL AIR ECONOMY - CONSOL	DHL Global Forwarding Choice Of Carrier(MTSA)	-	-	-	-	-

**Cargo Details**

<b>No. of Pieces</b>	<b>Type of Packaging</b>	<b>Dimension (L*W*H) per Piece in CM</b>	<b>Actual Weight of all Pieces in KG</b>
42	CAJAS	24.50*33.00*17.50	367.08
<b>Total No. of Pieces</b>		<b>Total Volume in CBM</b>	<b>Total Actual Weight In KG</b>
42		0.594	367.08
			<b>Total Chargeable Weight In KG</b>
			367.50

**Quotation Charges Summary****Carrier Code**    **Currency****DHL AIR ECONOMY - CONSOL**

<b>Total Origin Charges : Costa Rica (Pick-up from SAN MARCOS/TARRAZU/SAN JOSE)</b>	<b>USD</b>	<b>578.68</b>
<b>Total Freight Charges : San Jose, Costa Rica to Mexico City, Mexico</b>	<b>MTSA    USD</b>	<b>827.86</b>
<b>Grand Total - San Jose, Costa Rica to Mexico City, Mexico</b>	<b>MTSA    USD</b>	<b>1,406.54</b>