

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS VICERRECTORÍA ACADÉMICA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE  
RELACIONES INTERNACIONALES**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE  
RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE LA REPÚBLICA DE  
COSTA RICA Y ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN EL  
ESTADO DE FLORIDA A PARTIR DE LA DIPLOMACIA  
COMERCIAL EN RELACIÓN CON LA EMPRESA  
PRIMEROS EN FOLLAJE S.A. EN EL CASO DE PLANTAS  
ORNAMENTALES (PERIODO 2017-2022)**

**TESIS DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN  
RELACIONES INTERNACIONALES CON ÉNFASIS EN COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORA**

**SARA BARQUERO MORA**

**TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN**

**LIC. VÍCTOR ESTRADA MENA**

**SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ**

**DICIEMBRE, 2023**

**CONTENIDO**

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>9</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>10</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Planteamiento del problema.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Objetivos de la investigación .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.1 Objetivo General.....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Justificación .....</b>	<b>19</b>
<b>1.4 Antecedentes .....</b>	<b>21</b>
<b>1.5 Proyecciones.....</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1 Conceptos relacionados con la diplomacia comercial.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.1 Diplomacia.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.2 Política Exterior .....</b>	<b>36</b>
<b>2.1.3 Inversión Extranjera Directa (IED).....</b>	<b>37</b>
<b>2.1.4 Relaciones con Estados Unidos.....</b>	<b>39</b>
<b>2.1.5 Comercio Exterior en Costa Rica.....</b>	<b>43</b>
<b>2.1.6 Promoción de plantas ornamentales en Costa Rica .....</b>	<b>43</b>
<b>2.2 Teorías del Comercio Internacional.....</b>	<b>43</b>
<b>2.2.1 Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith.....</b>	<b>43</b>
<b>2.2.1 Teoría ventaja comparativa de David Ricardo .....</b>	<b>44</b>
<b>2.3 Cinco Fuerzas de Porter .....</b>	<b>44</b>

2.3.1 Amenaza de la entrada .....	45
2.3.2 El poder de los proveedores .....	45
2.3.3 Poder de los compradores .....	45
2.3.4 Amenaza de los sustitutos .....	45
2.3.5 Rivalidad entre competidores existentes .....	46
2.4 Instituciones nacionales involucradas en el comercio exterior .....	46
2.4.1 Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) .....	46
2.4.2 Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).....	46
2.4.3 Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) .....	48
2.4.4 Ministerio de Salud de Costa Rica .....	48
2.4.5 Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).....	49
2.4.6 Servicio Fitosanitario del Estado.....	49
2.5 Organismos Internacionales para Comercio .....	50
2.5.1 Organización Mundial del Comercio (OMC) .....	50
2.5.2 Organización Mundial de Aduanas (OMA) .....	51
2.6 Plantas ornamentales .....	51
2.7 Primeros en Follaje S.A .....	52
2.8 Conceptos relacionados a la exportación de plantas ornamentales de Primeros en Follaje .....	52
2.8.1 Logística.....	52
2.8.2 Arancel.....	52
2.8.3 Barreras arancelarias.....	53
2.8.4 Barreras no arancelarias.....	53
2.8.3 Certificado fitosanitarios .....	53
2.8.4 Lista de empaque .....	53

2.8.5 Factura comercial .....	54
2.8.6 Leyenda para certificación especial .....	54
2.8.7 Transporte .....	54
2.9 Bróker.....	55
2.9.1 ForemostCo, Inc.....	55
2.10 Tipos de plantas ornamentales exportadas por Primeros en Follaje a Estados Unidos, Florida .....	56
2.10.1 Liriope.....	56
2.10.2 Agapanto.....	58
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>62</b>
3.1 Enfoque de la Investigación.....	62
3.2 Diseño de la Investigación .....	63
3.3 Fuentes de la Investigación.....	64
3.3.1 Fuentes Primarias.....	64
3.3.2 Fuentes Secundarias.....	64
3.4 Población y muestra .....	64
3.5 Unidad de análisis .....	67
3.6 Instrumentos .....	70
3.6.1 Entrevista .....	70
3.6.2 Revisión Bibliográfica .....	71
3.7 Proceso de recolección de datos .....	72
<b>CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>74</b>
4.1 Unidad de análisis 1: Relación diplomática y comercial entre Costa Rica y Estados Unidos.....	75
4.1.1 Categoría 1: Estado actual de las relaciones entre Costa Rica y Florida .....	75
4.1.2 Categoría 2: Diferencia entre diplomacia económica y diplomacia comercial .....	80

<b>4.2 Unidad de análisis 2: Normativa comercial entre Costa Rica y Estados Unidos .....</b>	<b>85</b>
<b>4.2.1 Categoría 1: Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América .....</b>	<b>86</b>
<b>4.2.2 Tratado de Libre Comercio República Dominicana- Centroamérica- Estados Unidos .....</b>	<b>89</b>
<b>4.3 Unidad de análisis 3: Tendencias de Mercados y Oportunidades.....</b>	<b>95</b>
<b>4.3.1 Categoría 1: Exigencias del consumidor .....</b>	<b>95</b>
<b>4.3.2 Categoría 2: Evolución del mercado.....</b>	<b>100</b>
<b>4.3.3 Categoría 3: Ferias Internacionales.....</b>	<b>105</b>
<b>4.4 Unidad de análisis 4: Estrategias de comercialización .....</b>	<b>108</b>
<b>4.4.1 Categoría 1: Antes de pandemia COVID 19 .....</b>	<b>109</b>
<b>4.4.2 Categoría 2: Durante la pandemia COVID 19 .....</b>	<b>112</b>
<b>4.4.3 Categoría: Después de la pandemia COVID 19.....</b>	<b>114</b>
<b>4.5 Unidad de análisis 5: Medidas Fitosanitarias .....</b>	<b>117</b>
<b>4.5.1 Categoría 1: Funcionamiento de Servicios Fitosanitarios del Estado .....</b>	<b>117</b>
<b>4.5.2 Categoría 2: Plagas en plantas ornamentales .....</b>	<b>119</b>
<b>4.5.3 Categoría 3: Afectación de plagas .....</b>	<b>123</b>
<b>4.6 Interpretación de datos.....</b>	<b>125</b>
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>129</b>
<b>5.1 Conclusiones .....</b>	<b>129</b>
<b>5.2 Recomendaciones .....</b>	<b>134</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>140</b>
<b>APÉNDICES.....</b>	<b>150</b>

**ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

<b>ILUSTRACIÓN 1.....</b>	<b>38</b>
<b>ILUSTRACIÓN 2.....</b>	<b>57</b>
<b>ILUSTRACIÓN 3.....</b>	<b>57</b>
<b>ILUSTRACIÓN 4.....</b>	<b>58</b>
<b>ILUSTRACIÓN 5.....</b>	<b>59</b>
<b>ILUSTRACIÓN 6.....</b>	<b>59</b>
<b>ILUSTRACIÓN 7.....</b>	<b>60</b>
<b>ILUSTRACIÓN 8.....</b>	<b>61</b>
<b>ILUSTRACIÓN 9.....</b>	<b>77</b>
<b>ILUSTRACIÓN 10.....</b>	<b>77</b>
<b>ILUSTRACIÓN 11.....</b>	<b>78</b>
<b>ILUSTRACIÓN 12.....</b>	<b>84</b>
<b>ILUSTRACIÓN 13.....</b>	<b>94</b>
<b>ILUSTRACIÓN 14.....</b>	<b>107</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>TABLA 1.....</b>	<b>66</b>
<b>TABLA 2.....</b>	<b>67</b>
<b>TABLA 3.....</b>	<b>74</b>

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>GRÁFICO 1</b> .....	<b>39</b>
<b>GRÁFICO 2</b> .....	<b>41</b>

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mis padres, Melissa y Manuel, por su apoyo incondicional en mi trayectoria estudiantil y profesional, al mismo tiempo, a mi hermana Celeste por su amor y acompañamiento en todos los momentos estudiantiles que vivimos juntas.

Por último, se la dedico al sector de plantas ornamentales, espero que la información planteada en la presente tesis sea de ayuda y guía para iniciar sus procesos de internacionalización de productos. También a la empresa Primeros en Follaje S.A. por compartir sus experiencias y ayudar a otros productores a salir adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

En primero lugar quiero agradecerle a Dios, por brindarme sabiduría y paciencia en mi etapa universitaria, por darme la oportunidad de haber llegado hasta aquí con éxito.

Agradezco a mis profesores que formaron parte de mi proceso universitario al igual que mis compañeros de clase.

A su vez, agradezco a Primeros en Follaje S.A. por permitirme realizar este trabajo investigativo enfocado en su empresa. También, a todos los expertos entrevistados que me ayudaron a fundamentar la tesis.

También, me gustaría agradecer a mi familia y a mi novio, que de alguna u otra forma fueron parte de mi proceso de redacción de esta tesis, sin su aporte emocional o intelectual no hubiese concluido esta etapa con éxito.

## RESUMEN

Se conoce que existe una relación comercial entre dos países, cuando hay tratados, convenios o acuerdos de por medio. A través de las relaciones comerciales surge la diplomacia comercial, cuyo principal objetivo es la promoción comercial y atracción de inversiones.

Por lo anterior, la presente tesis se compone de un análisis de la relación entre la República de Costa Rica y Estados Unidos de América en el estado de Florida a partir de la diplomacia comercial en relación con la empresa Primeros en Follaje S.A. en el caso de plantas ornamentales (pedido 2017- 2022).

Se desarrollaron cuatro objetivos, el primer objetivo se basó en la relación diplomática y comercial entre ambos países en temas de plantas ornamentales; el segundo relacionó la normativa comercial existente entre las naciones como tratados y la importancia de contar con documentos que expandan sus relaciones; el tercero involucró identificar las tendencias de mercado y oportunidades que tiene los países y, por último en el cuarto se distinguieron las estrategias de comercialización de la empresa Primeros en Follaje S.A., antes, durante y después de la pandemia COVID 19 para apoyar a futuros exportadores de plantas ornamentales que estén dispuestos a internacionalizar sus productos.

La tesis consta de un enfoque cualitativo, donde el diseño se basa en la modalidad investigación-acción, en el desarrollo de la tesis se logró dar respuesta a ¿Cuáles son los retos y oportunidades que tiene la exportación de plantas ornamentales desde Costa Rica hacia el mercado del Estado de la Florida en los Estados Unidos y la intervención de la Diplomacia Comercial? Dicha respuesta se dio por medio de la ejecución de las entrevistas a los expertos en comercio, logística, diplomacia, sector agrícola y a la vez de la revisión bibliográfica.

Con las entrevistas se logró crear las unidades de análisis y sus respectivas categorías de acuerdo con los objetivos y proyecciones planteadas. Se logró abarcar temas que hacían referencia a las relaciones diplomáticas y comerciales entre los dos países, el Tratado de amistad, comercio y navegación además del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica República Dominicana y

Estados Unidos, las tendencias de mercado y oportunidades, las estrategias de comercialización de Primeros en Follaje S.A. y las medidas fitosanitarias. Para finalizar, con la información recogida en las unidades se logró crear un análisis que fundamentó cada una de las categorías dentro de la tesis, por medio de las entrevistas y revisiones bibliográficas.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La diplomacia comercial es un término muy importante a la hora de cualquier exportación, sin embargo, es un factor que no se le da la importancia necesaria. Eso sucede porque al pensar que un país tiene una economía abierta es decir es capaz de realizar exportaciones, se deduce que hay una documentación de por medio para que exista esa relación internacional entre ambas o más naciones. En esta tesis se va a identificar de manera exhaustiva la importancia de la diplomacia comercial y el papel que juega en las exportaciones de Costa Rica hacia Estados Unidos en el caso de plantas ornamentales.

Durante el desarrollo del documento se desea identificar los retos y oportunidades que tiene la exportación de plantas ornamentales desde Costa Rica hacia el mercado del Estado de la Florida en Estados Unidos y la intervención de la diplomacia comercial. Además, se desea dar un análisis de la relación entre Costa Rica y el Estado de Florida a partir de la diplomacia comercial dando el caso de la empresa Primeros en Follaje S.A. Al mismo tiempo se espera examinar las relaciones diplomáticas y comerciales entre Costa Rica y Estados Unidos en tema de plantas ornamentales, identificar la normativa comercial, el mercado, y estrategias de comercialización.

De acuerdo con la ficha de comercio exterior del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (2021):

La agricultura en Costa Rica cuenta con una base sólida en la cual cimentarse. El éxito de este sector se sustenta en la estabilidad política del país, en un robusto crecimiento económico y en los altos niveles de salud y educación básica. El sector agropecuario ha alcanzado un éxito significativo en las exportaciones concentradas tanto en cultivos nuevos, tales como la piña y el aceite de palma, así como en cultivos tradicionales como el café y el banano. (p.1).

Es importante mencionar que el gobierno costarricense tomó la decisión de exportar productos

no tradicionales, esto permitió que sus exportaciones y variedad de productos nacionales incrementaran, lo que logró una mayor comercialización internacional no solo hacia Estados Unidos, sino que hacía muchos otros países de Europa y Asia que no son capaces de producir este tipo de productos agrícolas, por lo tanto, llama la atención en el mercado internacional. Esto le da la oportunidad a Costa Rica de posicionarse como un país con mucha variedad de productos y ya no solo como un país exportador de café, banano y piña.

De acuerdo con Ruíz (s.f.), en su investigación algunos datos relevantes del Comercio Exterior de Costa Rica. Para el 2012 Costa Rica exportaba hacia Estados Unidos 1908 productos, por un valor de US\$4451,3 millones de dólares. Esto representaba un 39,2% de sus exportaciones totales. Desde que Costa Rica inició a la apertura comercial Estados Unidos siempre ha sido su principal socio comercial. Sin embargo, como menciona Ruíz, para el 2012 resultó un saldo en negativo de US\$-3294 millones de dólares. Las exportaciones con Estados Unidos son diversificadas, es decir que existe una gran gama de productos con alta tecnología, industriales, y agrícolas.

En el proceso de investigación se va a consultar con personas profesionales en temas de diplomacia comercial, exportación de plantas ornamentales, instituciones relacionadas al comercio internacional y el exportador de plantas ornamentales, con el objetivo de tener mucha más información y de esta forma generar nuevas ideas y datos que van a permitir darle más validación a la presente tesis. Además de las fuentes bibliográficas que se van a necesitar para poder sustentar el presente documento con textos como tesis, artículos científicos, documentos oficiales que puedan darles respuesta a los objetivos planteados.

### **1.1 Planteamiento del problema**

El presente apartado desarrolla una introducción a esta tesis que tiene como objetivo analizar la relación entre la República de Costa Rica (a partir de este momento Costa Rica) y Estados Unidos de América (a partir de este momento Estados Unidos) en el Estado de Florida, por medio de la diplomacia comercial en relación con las plantas ornamentales en el caso de la empresa Primeros en Follaje S.A. (a partir de este momento Primeros en Follaje). Es importante mencionar que también surgen una serie de retos y oportunidades que afectan la relación de diplomacia comercial a la hora de entablar lazos entre estas naciones.

Según el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (s.f.), las relaciones oficiales entre Costa Rica y Estados Unidos iniciaron en 1851, es decir que ambos países tienen una relación extensa que ha perdurado hasta el día de hoy. El primer convenio fue el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación con Estados Unidos. Hoy en día Costa Rica tiene su embajada en Washington D.C. y otras oficinas consulares en otros estados del país. Por otro lado, la embajada de Estados Unidos en Costa Rica se encuentra en Pavas, frente al Centro Comercial del Oeste.

De acuerdo con la Embajada de Estados Unidos en Costa Rica (s.f.), ambos países son parte del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (CAFTA-DR), el cual su principal propósito es facilitar el comercio, la inversión y promover la integración regional a través de la eliminación de aranceles, apertura de mercados, disminución de barreras a los servicios y la promoción de la transparencia.

Este tratado es de los principales instrumentos de política comercial que tiene el país, donde Estados Unidos es el socio más importante, ya que se recibe una gran parte de él en inversión extranjera directa. En el tratado se ha logrado promover una mayor integración económica con Estados Unidos, generando oportunidades, impulsando el crecimiento y la diversificación de las exportaciones de las naciones involucradas.

El CAFTA ha sido un factor importante a la hora de promocionar las exportaciones que tiene Costa Rica con Estados Unidos, ya que por medio de este se ha logrado la eliminación de barreras arancelarias permitiendo que el país tenga una apertura en el mercado internacional, beneficiando a los productores, pero también al país, por medio de un incremento de oportunidades para las exportaciones a Estados Unidos.

Estados Unidos y Costa Rica gozan de una relación sólida en cooperación bilateral, cumplimiento de ley y seguridad, ambos países han tenido la oportunidad de crear convenios y tratados que benefician donde se benefician entre sí. Como menciona la Embajada de Estados Unidos (s.f.), Costa Rica como Estados Unidos están comprometidos en cumplir sus objetivos de promoción de mitigación, adaptación al cambio climático y la preservación de la diversidad

biológica, por lo tanto, estas dos naciones comparten principios e intereses.

PROCOMER (2021), menciona que para el 2020 el sector de plantas ornamentales, flores y follajes exportó 121 millones de dólares, los principales importadores fueron Estados Unidos con 66 millones de dólares, después Holanda (35 millones de dólares), Bélgica (4 millones de dólares), Alemania (2 millones de dólares) y Canadá (1.6 millones de dólares). A pesar de la pandemia COVID 19, los productores lograron recuperarse y ha existido un crecimiento comparado con años anteriores.

En relación con lo mencionado por el Ministerio de Comercio Exterior, (2022). La producción de flores y follajes en Costa Rica representó un 2,1% del valor bruto agropecuario en 2021, por lo tanto, el valor total de esta producción en ese mismo año fue de US\$ 122,9 millones, este fue el monto más alto registrado en los últimos años en el país. Al igual que muchos otros sectores, el de plantas ornamentales fue afectado por todas las restricciones nacionales e internacionales debido al COVID 19, pero se demostró un mejor panorama en temas de ventas, sin embargo, con algunos retos de cambio climático y las variaciones del comportamiento del comercio internacional.

En esta tesis se va a desarrollar específicamente el caso de la empresa Primeros en Follaje, este productor está ubicado en Alajuela e inició sus operaciones en 1999. La empresa es un negocio familiar que se dedica a la producción y comercialización de plantas ornamentales principalmente a Estados Unidos y otros países de Europa y Asia. Primeros en Follaje ha logrado expandir sus negocios en el estado de Florida por medio de la exclusividad de sus productos con el bróker o distribuidor: ForemostCo, Inc, ya que poseen una gran variedad de clientes, por lo tanto, una alta demanda en Estados Unidos.

De acuerdo con los datos de PROCOMER (s.f.), confirma que el sector agrícola de Costa Rica tiene más de 135 años de experiencia, debido a esto el país ha logrado destacarse a nivel internacional por la calidad de sus productos y procesos de producción. Hoy en día, se hacen muchas ferias o exposiciones donde los productores de plantas ornamentales participan en busca de expandir sus negocios al mercado internacional.

Según PROCOMER, Costa Rica tiene varias zonas donde se pueden cultivar las plantas ornamentales, esto hace que cada vez haya más competencia a nivel nacional y más empresas estén en busca de clientes internacionales.

De acuerdo con el comunicado de la Presidencia de la República del gobierno de Costa Rica (2021), el país en el 2022 registró una gran cantidad de empresas que se dedican a las exportaciones de plantas, flores y follajes:

En el 2020 el país registró 142 empresas dedicadas a la exportación de plantas, flores y follajes y según registros de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) un 66% de estas empresas están ubicadas en la región Central (en los cantones de Alajuela (16%) y Valverde Vega (14%); un 24% en la región Huetar Atlántica (cantón de Guácimo (15%) y un 7% en Huetar Norte (cantón de Sarapiquí), beneficiando con cientos de empleos directos e indirectos a los costarricenses. (párr. 5.).

En esta tesis se va a desarrollar el estudio del tema en un periodo de cinco años, es decir que se va a abarcar un panorama desde el 2017 al 2022, por lo tanto, se logrará identificar cómo era la situación antes de la pandemia COVID 19 y durante la misma, esto va a permitir conocer las estrategias que utilizaron Primeros en Follaje en estos periodos de crisis. En virtud de lo descrito, se desea dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los retos y oportunidades que tiene la exportación de plantas ornamentales desde Costa Rica hacia el mercado del Estado de la Florida en los Estados Unidos y la intervención de la diplomacia comercial?

## **1.2 Objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar la relación entre Costa Rica y el Estado de Florida a partir de la diplomacia comercial en relación con la empresa Primeros en Follaje S.A en el caso de plantas ornamentales (periodo 2017-2022).

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1. Examinar las relaciones diplomáticas y comerciales entre la República de Costa Rica y Estados Unidos de América en materia de plantas ornamentales.
2. Relacionar la normativa comercial existente entre ambos países en el periodo de la investigación, incluyendo tratados.
3. Identificar tendencias del mercado y oportunidades que existen entre la República de Costa Rica y el Estado de la Florida.
4. Distinguir las estrategias de comercialización de la empresa Primeros en Follaje S.A. antes, durante y después de la pandemia COVID 19.

### 1.3 Justificación

En primera instancia, se debe tener presente como lo comenta Ministerio de Agricultura y Ganadería (2006, citado por Rodríguez 2012), en 1994 Costa Rica había dejado atrás el paradigma de las actividades primarias que son aquellos productos tradicionales como el banano, café, piña y granos básicos, con el objetivo de poner en práctica el nuevo conjunto de políticas agrarias basadas en las exportaciones de productos no tradicionales como la agricultura ampliada y el desarrollo de la agroindustria alimentaria:

En 1994 el gobierno aprobó la conocida Ley No. 7742 de Reversión Productiva con el objetivo primordial de promover la modernización y transformación de las actividades productivas para aumentar la competitividad del sector agrario y de esta manera, acelerar la inserción internacional de los agricultores costarricenses. (González, 2000, citado por Rodríguez, 2012).

Costa Rica abrió las puertas a un nuevo modelo de exportación y logró exportar diferentes tipos de productos que antes no estaban en la lista, entre ellos las plantas ornamentales y follajes. Que hoy en día forman parte de los productos del sector agrícola con características de calidad y frescura sostenible, Costa Rica posee el 5% de la diversidad a nivel mundial, por lo tanto, esto hace que el país le permita ofrecer a otras naciones grandes variedades de plantas, follajes y flores de todos los gustos.

Ahora bien, y con esto claro, se entiende que las exportaciones del sector agrícola han sido transformadas a lo largo de los años, existe la importancia de conocer más sobre las exportaciones de plantas ornamentales, además cómo impacta y qué papel juega la diplomacia comercial en estos escenarios de comercialización internacional. La presente tesis quiere ser de guía o apoyo para el sector productor no tradicional del país.

Surge el interés de analizar por qué el mercado de Estados Unidos (específicamente el estado de la Florida) importa plantas ornamentales, si se conoce que en el país ya existe la producción de

este tipo de plantas, además del por qué las personas en este estado consumen estos productos, y el por qué están en contacto con países latinoamericanos para la exportación de estas.

A nivel nacional no se cuenta con suficiente información de casos relacionados de diplomacia comercial con plantas ornamentales, por lo que el presente trabajo tiene gran importancia, ya que se espera asesorar a los actuales y futuros exportadores específicamente al país Estados Unidos, en áreas de logística exportación, conocimiento de diplomacia comercial, estrategias de comercialización, entre otros.

Este proyecto no solo va a beneficiar al sector en el tema de estudio, sino que también va a beneficiar a otros exportadores que necesiten información relevante de producción costarricense con el mercado meta internacional que es Estados Unidos.

Al mismo tiempo, el documento tiene utilidad metodológica ya que es posible que futuros estudiantes utilicen esta tesis con el objetivo de usarlo como antecedente e incluso comparaciones que se quieran dar en estudios de diferentes tipos, donde la diplomacia comercial y la exportación de plantas ornamentales sea una variable en común con lo que se esté investigando. Se espera que esta tesis funcione como guía para la aplicación de estos temas en específicos, con el objetivo de plantear nuevos proyectos prácticos o documentales.

Esta tesis servirá como instrumento para la recolección y análisis de datos, no solo para estudiantes o exportadores, sino también para instituciones que estén con el mismo tema de estudio, ya que se van a exponer datos y estrategias de la empresa Primeros en Follaje S.A, se van a mostrar información que puede utilizarse en estadísticas o estudio de variables relacionados a plantas ornamentales.

Con base en lo mencionado anteriormente, este documento es considerado como un aporte para el sector agrícola de productos y exportadores de plantas ornamentales ya que va a aportar a nivel profesional, comercial y educativo. Ya que hoy en día no hay mucha información sobre este tema, por lo tanto, la presente tesis va a ayudar a llenar un vacío de conocimiento y datos con el objetivo de aumentar las variables de estudio sobre lo presentado.

#### 1.4 Antecedentes

Para iniciar con los antecedentes primero se debe definir el término de “diplomacia comercial”. Mercier, Kostecki y Naray (2007, citado por Ruël y Zuidema, 2012) comentan que se reconoce como diplomacia comercial aquella actividad que cubre dos tipos diferentes de actividades: formulación de políticas y apoyo empresarial. Si bien muchos están de acuerdo en que el núcleo de la diplomacia comercial se centra en el apoyo empresarial específico, muchas de las definiciones propuestas por varios los autores difieren.

Por otro lado, Potter (2004, citado por Visser, 2017), menciona que por medio de la aplicación de las herramientas de la diplomacia se da la oportunidad de lograr relaciones comerciales y de esta forma se logran estas ganancias de la promoción de las exportaciones, la atracción de inversiones internas y la preservación de las oportunidades de inversión extranjera directa, desarrollando los beneficios de la transferencia tecnológica.

Como lo menciona Reuvers y Ruël (2012, citado por Visser, 2017), la diplomacia comercial es una actividad donde los representantes estatales tienen como principal propósito generar ganancias comerciales por medio de la entrada y salida de inversión extranjera, esto se logra a través de los negocios y actividades de promoción y facilitación del espíritu empresarial en el país productor. De esta forma se van a generar oportunidades de exportación e inversión, al mantener contacto con actores clave y mantenimiento de redes en áreas relevantes.

Se puede evidenciar que el término de diplomacia comercial puede variar según el autor, sin embargo, siempre tienen una similitud en cuanto al apoyo empresarial. Esto se debe a que son los productores/exportadores quienes se encargan de que este concepto exista, ya que sin ellos no habría producto que el país pudiese exportar, de ahí la importancia de que hoy en día la mayoría de los países formen parte de un sistema de economía abierta.

Un ejemplo de esto es cuando dos o más países desean entablar relaciones diplomáticas, pero al mismo tiempo comerciales, de esta forma estos países crean convenios, tratados, o acuerdos que les permita generar ganancias comerciales creando una inversión entre los países involucrados. En estos escenarios se van a identificar diplomáticos de las naciones que estén siendo parte del

acuerdo, creando lazos de diplomacia comercial.

La diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos de América tiene mucha historia, sus relaciones empezaron en 1851 con un acuerdo que beneficia a ambas naciones. Como lo menciona Visser (2017), la diplomacia comercial tiene como principal objetivo el desarrollo y crecimiento de empresas comerciales y así se dé el beneficio social internacional que genera una promoción de negocios entre diferentes países de esta forma estas mismas empresas generan ganancias e inversiones entre sí.

De acuerdo con Mora, Redonet y Blanco (2007) en su investigación: Caracterización Cadena Local Plantas Ornamentales, para 1978 el sector agropecuario del Distrito de La Tigra de San Carlos, estaba dedicado al cultivo de café y caña de azúcar, y es la caña de azúcar la que iniciaba la industria del trapiche en San Ramón y Ciudad Quesada. En esos años, la comercialización era pequeña y estaba centralizada en “Los Peters” y Coope San Carlos. No falta mencionar que también había cultivos de granos básicos para el consumo local.

En su documento Mora, Redonet y Blanco (2007) mencionan que la producción de plantas ornamentales en la Costa Rica inicia alrededor del año 1978, cuando el señor Klaus Peters Prost (llamado don Pedro) llegó a la Tigra de San Carlos. El señor Klaus fue quien dio inicios a la siembra de plantas ornamentales para la empresa Agrícola Pocosol. Pero el negocio de plantas ornamentales creció hasta en los años 90, ya que el señor Klaus abandonó la empresa, pero ya se había establecido un sistema productivo en manos de pequeños y medianos productores de la zona.

De acuerdo con Mora, Redonet y Blanco (2007), ellos mencionan desde los años 80 Costa Rica ha presentado un crecimiento alto a las exportaciones de productos no tradicionales, algunos de ellos son raíces, tubérculos, melón, piña, mango, palmito, plátano, flores y plantas ornamentales entre otras. Debido a que Costa Rica cuenta con una diversidad de microclimas y tipos de suelos, esto permite que haya un alto potencial en la producción agrícola diversificada.

Las plantas ornamentales se caracterizan por tener cualidades estéticas, con el propósito de

adornar el entorno, además poseen peculiaridades que determinan cierto agrado para las personas según sus gustos y preferencias. Por lo tanto, lo que le gusta a una persona no va a ser lo mismo que a la otra para eso existen muchos tipos de plantas ornamentales, sin embargo, en la presente tesis se van a abarcar las siguientes: Liriopes y Agapantos.

Una vez con el apartado de diplomacia comercial y una introducción de la historia de las plantas ornamentales en Costa Rica, se va a dar inicio al desarrollo de los documentos internacionales con el fin de darle sustento al tema.

El primer documento internacional utilizado para fundamentar esta tesis, es del profesional esloveno Zeljko Bellina, quien aplica para su tesis doctoral en la Universidad de Liubliana Facultad de Ciencias Sociales con el tema: La diplomacia comercial como instrumento para potenciar la Internacionalización de la economía: el caso de la República de Serbia, presentado en el 2019.

De acuerdo con Bellina (2019), la diplomacia comercial en Serbia forma parte de la responsabilidad ejecutada por la institución del presidente de la república, parte de esas instituciones son los Ministerios del Gobierno Nacional, como el Ministerio de Comercio Turismo y Telecomunicaciones, Ministerio de Economía y el Ministerio de Relaciones Exteriores. Otras instituciones como la Cámara de Comercio e Industria de Serbia y la Agencia de Desarrollo de Serbia, ayudan a incentivar capacitaciones, asistencia y experiencia para los exportadores con el objetivo de promover a Serbia como un país en el que vale la pena invertir.

Como se menciona en el documento de Bellina (2019), el Gobierno serbio cuenta con la Agencia de Desarrollo, que se encarga de ayudar a facilitar y a animar a las empresas nacionales actuales y futuras que quieran iniciar con la exportación en sus negocios en el extranjero, por medio de la oferta de experiencia, es decir que les facilitan a estas compañías contactos, información de mercado, oportunidades financieras al mismo tiempo se encargan de estar presentes en ferias como PRODEXPO en Moscú, Rusia, HANNOVER MESSE en Hannover, Alemania, PLMA en Ámsterdam, Países Bajos entre otros.

Dentro de la tesis de Bellina (2019), se confirma que Serbia está comprometida con tener una

diplomacia comercial activa, esto se debe a los logros que ha concluido por medio de acuerdos bilaterales, principalmente en el campo del comercio. Al mismo tiempo, el gobierno busca atraer nuevos inversores rusos por medio de la diplomacia y la inversión extranjera directa de la Unión Europea.

En este primer documento se puede evidenciar la importancia de la diplomacia comercial y la influencia que tiene en el sector exportador de un país, además de crecimiento económico que llega a tener una nación debido a la promoción que permite que exista una internacionalización de los productos locales de una empresa, también genera ganancias no solo para los productores, sino también para la economía del país.

El segundo documento internacional es un artículo presentado por Luís Miguel Pacheco y André Pereira Matos en el 2021, para la Universidad Portucalense en Portugal para el Instituto Portucalense de Investigaciones Jurídicas, acá se evidencia que la mayoría de los países tienen instituciones encargadas en la promoción de exportaciones, además de la importancia de la IED y la inclusión de productores nacionales en ferias internacionales.

En su artículo Pereira y Pacheco (2021), mencionan que en las últimas décadas, la mayor parte de los gobiernos han creado una gran variedad de instituciones destinadas a ayudar a las empresas con el propósito de la internacionalización. Parte de las actividades de promoción internacional han sido las misiones en el exterior, visitas, diplomacia comercial de embajadas, entre otros entes que han logrado promover las exportaciones de los países.

De acuerdo con Pereira y Pacheco (2021), existen maneras de atraer a las personas a invertir en los países. Las visitas de diplomacia comercial siempre significarán interés para hacer negocios entre diferentes naciones. Esto se puede realizar por medio de ferias internacionales de comercio e inversión, mediante misiones comerciales a mercados externos, entre otras actividades que ayudan a la atracción de inversión.

En su artículo Pereira y Pacheco (2021) citan a Moons y Bergeijk (2017), donde confirman que

el impacto de la diplomacia comercial ha sido significativo en el comercio Norte-Sur, Sur-Sur y Sur-Norte, pero al mismo tiempo débil para los flujos entre países desarrollados. Esto quiere decir que los costos de investigación varían según las diferentes prácticas comerciales y valores culturales. Para que exista una mejora en esto, se necesita la intervención de la diplomacia comercial para resolver estas fallas del mercado, para que las empresas continúen explorando nuevas oportunidades comerciales en mercados extranjero.

El tercer documento internacional es de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) con el tema: Centroamérica: el fomento de las exportaciones de fruta, hortalizas y plantas ornamentales presentado en 1993, se podrán observar ejemplos de cómo otros países en Centroamérica han logrado manejar las exportaciones de productos no tradicionales con el fin de aumentar sus ventas internacionales y ampliar la gama de mercados.

Según el documento de la CEPAL (1993), desde 1990 el gobierno costarricense se propuso como un objetivo principal aumentar las exportaciones de los productos no tradicionales, de esta forma se va a lograr una relación con el mercado interno y así tener la autosuficiencia para aumentar las áreas de cultivo y la productividad. Por ello, en su momento el Centro para la Promoción de las Exportaciones e Inversiones (CENPRO), en conjunto en aquel momento con la Coalición Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo (CINDE), trabajaron en actividades de ferias internacionales promocionándose a nivel internacional.

El gobierno de Costa Rica tuvo la prioridad de incrementar las exportaciones no tradicionales y a mejorar las instituciones, así se crearon diferentes entes como la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) y otros que ayudan a los productores a que el proceso de comercialización internacional sea mucho más sencillo y amigable, hoy en día se puede observar datos sobre el aumento de estas exportaciones y de IED.

Por otro lado, CEPAL (1993) menciona que la Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT) promovió las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales a en su momento a diferentes mercados de Europa y los Estados Unidos. Esta institución en su momento se encargaba de ayudar a los productores con la comercialización. El Salvador es otro país que no

queda por fuera en cuanto a comercio internacional de productos nacionales. COEXPORT, es hoy en día una institución que ofrece sus servicios y apoyo a todas las empresas de El Salvador, con el objetivo de fomentar la promoción.

En los Estados Unidos el consumo de plantas ornamentales, flores y follajes presenta un dinamismo significativo durante la década de los ochenta. El valor de la demanda de plantas ornamentales por habitante subió de 11 dólares en 1980 a 22 en 1990, mientras que la de flores y follajes se elevó de 4.20 a 9.50 dólares en ese mismo período. (CEPAL, 1993, p.30.).

Como lo menciona la CEPAL (1993), Estados Unidos es productor de plantas ornamentales los principales productores se encuentran en California, Florida, Texas Pennsylvania, Rhode Island y New Jersey, sin embargo, en los últimos años de la década de los ochenta, la oferta doméstica equivalía un 65%, pero siempre el país necesitaba consumir importaciones de plantas ornamentales, que equivalía a un 35%. Estas provenían principalmente de Colombia, Países Bajos, Costa Rica, Panamá, México y Canadá.

El cuarto documento internacional es una Tesis de Graduación con el tema: Propuesta de un Plan Estratégico para los productores de Plantas Ornamentales y Follajes de El Salvador interesados en exportar a Holanda, presentado para la Universidad Dr. Jose Matías Delgado, por los estudiantes Luis Edmundo Bendek Vega, Carmen Elisa Cordova Morataya y Ana Lizbeth Maza Hernández para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas con fecha del 2003.

Si bien esta tesis es dirigida a un plan estratégico, es de suma importancia que una empresa productora de plantas ornamentales esté preparada para una exportación, es por lo que en esta tesis se van a abarcar conceptos relacionados a logística de exportación para tipos de plantas ornamentales en específico, con el objetivo de que futuros exportadores tengan una guía de cómo hacerlo usando el ejemplo de Primeros en Follaje S.A., además de su estrategia para llegar donde

está hoy en día.

La exportación es de gran beneficio para los productores, esto les permite crecer en todos los ámbitos, como lo menciona Bendek, Córdoba y Maza (2003), parte de los beneficios de los productores son el incremento y la ampliación de sus mercados, al mismo tiempo la rentabilidad se va a ver favorecida por la disminución de los costos esto se da por el incremento de los volúmenes de producción, además se va a desarrollar la capacidad gerencial en el campo de las negociaciones, a nivel local van a ser más reconocidos, esto permite que a nivel gubernamental e incluso bancario sea mucho más atractivo para estas instituciones.

Las empresas exportadoras tienen la capacidad de hacer crecer su mercado de una manera más efectiva, ya que, por medio de la exportación, se genera una promoción del producto de manera internacional. De esta forma las empresas no solo llegan a tener una estabilidad local sino también les permite tener un negocio estable a nivel internacional.

No solo en Costa Rica existen instituciones que ayudan a los productores locales a expandir sus negocios, Bendek, Córdoba y Maza (2003) mencionan que:

El Salvador debe de abrir sus puertas a nuevos mercados. Varias instituciones como PROESA (Agencia de Promoción de Inversiones de El Salvador) y COEXPORT (Corporación de Exportadores de El Salvador) están convencidos que el sector de plantas ornamentales puede ocupar una posición relevante en los mercados más exigentes a nivel mundial. Es así como se formó el “comité de plantas ornamentales, flores y follajes-EXPORTPLANT. (p.2).

De acuerdo con Bendek, Córdoba y Maza (2003), cuando un país empieza a exportar este automáticamente va a generar aumentos en su economía, ya que no solo va a mejorar la calidad o nivel de vida de sus habitantes, más cuando las exportaciones sobrepasan las importaciones. Si este es el escenario de un país, efectivamente sus divisas van a aumentar, se van a generar más empleos, la utilización de recursos naturales va a ser mejor, se incrementa el desarrollo de la

tecnología entre otros aspectos que ayudan a la imagen del país.

Los países con una economía abierta tienen la capacidad de crecer económicamente, esto se puede evidenciar con que la mayoría de las naciones que han logrado tener mejores condiciones por la exportación e importación de bienes y servicios. Además, cuando un país tiene una economía abierta surgen nuevas oportunidades, como lo menciona Bendek, Córdoba y Maza esto hace que la imagen de un país sea mucho mejor a nivel internacional, por lo tanto, permite que haya ese crecimiento económico.

El último documento internacional es la tesis de la profesional peruana Jessica Del Carmen Masías Amaya con el tema: Promoción de la Exportación de Flores Ornamentales de La Sierra Piurana para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad de Piura presentado en el 2003. Dentro de este documento se va a observar una visión general de la situación actual del mercado además de la promoción de estas y sus estrategias.

La autora desarrolla el tema de sus tesis dirigido a la promoción de las plantas o flores ornamentales, como ella lo menciona existen estaciones donde el incremento del consumo de flores aumenta por ende las exportaciones también, Masías (2003), esta producción es marcada por la estacionalidad de los cultivos en conjunto con el comercio de fechas especiales en el año, como lo es el Día de la Madre, Navidad, el Día de la amistad entre otros, Por ello, el crecimiento mundial de flores llevó a que los productores también sus cultivos según estas fechas.

Como lo menciona Masías (2003), existen exportadores netos, estos son aquellos que destinan la mayor parte de su producción al mercado internacional, luego están los consumidores-re-exportadores que comprenden países que compran y venden flores o plantas ornamentales a otros países.

En cuanto a los a documentos nacionales se puede hacer referencia a los siguientes documentos que respaldan el tema, la primera tesis es de Joseph Godínez Hidalgo, con el tema: Guía de exportación de plantas ornamentales a la República Popular China para PROCOMER para la Universidad de Costa Rica, en el 2018. Si bien el documento es una guía de exportación a China,

muchos de los datos dentro de este documento son usados para respaldar la teoría de la presente tesis:

El Centro de Promoción de Exportaciones de Nicaragua (NICAEXPORT, 2007) las define como las plantas que se cultivan y comercializan con la finalidad principal de mostrar su belleza, como decoración, principalmente para interiores, y que se venden con o sin maceta, pero que están preparadas para ser trasplantadas o simplemente transportadas al lugar de destino. (NICAEXPORT, 2007, citado por Godínez, 2018, p.67)

El autor inicia con términos básicos como lo es la definición de las plantas ornamentales, se observa que tanto, documentos internacionales como nacionales, el término sigue siendo el mismo, ya que son plantas que tienen como principal objetivo de ser una decoración o mejora para los espacios de manera visual. Esta tesis tiene la finalidad de ser una guía para futuros exportadores de plantas ornamentales.

Como lo menciona Godínez (2018), PROCOMER tiene como objetivo estratégico crear una promoción comercial basada en la inteligencia comercial, por medio de la formulación y aplicación de asuntos técnicos y estadísticos que permitan generar eficacia y al mismo tiempo mayor valor al exportador. Es por lo que se necesita crear fuentes de información relacionados a la forma correcta de internacionalizar los productos para poder garantizar el éxito de la exportación.

La creación de instituciones que se encarguen de apoyar a los productores nacionales no solo está en Costa Rica, como se ha visto en lo largo de los antecedentes. Muchos otros países poseen organismos nacionales que velan por facilitar la internacionalización de las empresas que desean comercializar sus productos. El país a lo largo de los años ha logrado consolidar instituciones confiables para los empresarios nacionales, de esta forma se da el crecimiento económico en el país.

Según Godínez (2018), debido al desarrollo de las ciudades, las industrias y los vehículos, hace

que se genere un impacto en el aire, tanto que afecta la salud pública principalmente en las zonas urbanas. Es por lo que la venta de plantas ornamentales beneficia al mismo tiempo a la salud de las personas y del entorno ya que son purificadores de aire. Estas plantas no solo funcionan estéticamente para mejorar espacios, sino que incluso poseen un beneficio en la salud física como emocional.

El segundo documento nacional es la tesina de Karrye Murray Madrigal del 2009 con el tema: Estudio de factores relevantes para impulsar la comercialización de Plantas Ornamentales y follajes costarricenses en el mercado chino, presentado a la Universidad Internacional de las Américas, para optar por el grado de Bachillerato en Comercio Internacional. En estas tesis se desarrolla la estructura y capacidad productiva del mercado de plantas ornamentales además de las oportunidades que ofrece la política.

De acuerdo con Murray (2009), la producción de plantas ornamentales y follajes en Costa Rica es relativamente nueva si lo comparamos con el resto del mundo. Básicamente inició los cultivos a finales del siglo del XX, pero su explotación se dio a partir de los 70 y el crecimiento de la producción a partir de 1984. Según Murray, 1991, datos de la revista “International Floriculture Quarterly Report” Costa Rica llegó a ocupar el cuarto lugar en la exportación de follajes, el séptimo lugar en plantas ornamentales y el noveno en exportación total de ornamentales.

En su documento Murray (2009), hace referencia a la demanda del mercado chino, ya que en este país las personas compran flores para regalos, días tradicionales e incluso no tradicionales, también son utilizadas para proyectos de infraestructura urbana que son desarrollados en edificios o complejos habitacionales. Esta iniciativa la tiene el gobierno en conjunto con las municipalidades ya que mejora las condiciones de vida de la población en general.

Según la Dirección de Estudios Económicos de PROCOMER en un estudio realizado en el 2008, las plantas vivas representan la mayor proporción del subsector de plantas y follajes. Cabe destacar, no obstante, que los esquejes representan el 6% del total importado por China de plantas vivas, que corresponden a “Los demás” el de mayor importancia con un 92%. (PROCOMER, 2008, citado por Murray 2009).

El tercer documento nacional es de Ministerio de Agricultura y Ganadería Dirección Regional Huetar Norte, Agencia de Servicios Agropecuarios La Tigra, elaborado por Lic. Francisco Mora Rodríguez, el Ingeniero José Redonet Goodridge y el Ingeniero Luis Blanco Segura en el 2007, con el tema Caracterización Cadena Local Plantas Ornamentales. Este documento habla sobre la producción de plantas ornamentales, el manejo, el mercado y la comercialización, esto permite que el documento le de sustento a la presente tesis.

De acuerdo con Mora, Redonet y Blanco (2007), la dinámica comercial de plantas ornamentales inicia cuando se da la venta de caña india por la Embotelladora Tica. Estas siembras permitieron que se diera una expansión rápida del producto, esto hizo que el producto fuera reconocido en la zona mejorando la imagen de la empresa y la nueva inversión del cultivo de plantas ornamentales después de ser conocidos por tener cultivos de productos tradicionales.

Desde los años 80 Costa Rica muestra un crecimiento acelerado en las exportaciones de productos no tradicionales, tales como: Raíces y tubérculos, melón, piña, mango, palmito, plátano, flores y plantas ornamentales entre otras. Estas exportaciones se llevan a cabo gracias a la gran diversidad de microclimas y tipos de suelos que existen en el país y que le confieren un alto potencial para la producción agrícola diversificada. (Mora, Redonet y Blanco, 2007, p.52.)

De acuerdo con el documento hecho por Mora, Redonet y Blanco (2007), se confirma que los principales países demandantes de plantas ornamentales en la región Huetar Norte son Estados Unidos y Holanda, seguido por Alemania, Bélgica, Portugal e Italia. Además, menciona que hubo un crecimiento del 25% de las exportaciones con respecto al año 2005, con un aumento de 51 millones de dólares. Para el 2006 se habían exportado 75 millones de dólares donde 11 millones corresponden a la región de Huetar Norte.

El cuarto documento nacional es elaborado por Joseph Godínez Hidalgo para PROCOMER a

la división de la Dirección de Inteligencia Comercial con el tema: Caracterización del mercado de plantas ornamentales en Canadá Dirección de Inteligencia Comercial PROCOMER del 2021, dentro de este documento se pueden encontrar datos sobre el comercio exterior, análisis logístico entre otros que permite que la presente tesis tenga una base en información relevante para este producto:

La demanda de plantas tropicales se acentuó en 2020, principalmente plantas menos comunes pues los consumidores buscan productos novedosos para coleccionar y experimentar. Esta afición por plantas “raras”, ha sido impulsada por las “comunidades de aficionados” y publicaciones en redes sociales, que ha influenciado a las personas a querer convertir sus salas en “selvas” tropicales. (Godínez, 2021, diapositiva 61)

Según Godínez en su documento para PROCOMER (2021), confirma que la mayor parte de las personas en la pandemia recorrieron a comprar plantas de interior con el objetivo de que funcionara como consuelo, ya que en los momentos de encierro debido al COVID 19 las personas sufrían, por lo tanto, esto era una manera de pasar el tiempo y así cuidar su salud psicológica, cuidando o teniendo el control sobre estas plantas.

De acuerdo con Godínez (2021), menciona que durante la pandemia también se vio beneficiado el área de plantas ornamentales, ya que muchos de los trabajadores no podían irse a vacaciones, por lo tanto, ese dinero extra se usó para actividades de jardinería e incluso inversión en invernaderos, debido a que los patios eran catalogados como lugares seguros contra el COVID 19. Las personas en ese momento preferían estar al aire libre que en lugares encerrados y con poco espacio, por eso la gente empezó a buscar zonas abiertas en sus propios hogares.

El crecimiento de las exportaciones de plantas ornamentales ha sido evidente, incluso dentro del rango de la pandemia COVID 19:

Las exportaciones de plantas ornamentales del país han crecido con un dinamismo del 2,2% durante los últimos 5 años, hasta alcanzar USD 70 M en 2020, de las cuales, el 2% (USD

1,7 M) se envió a Canadá, siendo este el 5º destino más importante. A junio 2021 los envíos a ese país ya habían superado el total exportado en 2020 (+28,6%). Costa Rica se posicionó en el 2020 como el exportador #17 a nivel mundial de plantas vivas. (Godínez, 2021, diapositiva 72).

Finalmente, el quinto documento nacional es el trabajo final de Nery Carolina Mata Argüello para optar por el título de Maestría Profesional en Diplomacia con el tema: Mecanismos de Promoción Comercial y Atracción de Inversiones en el Ejercicio de la diplomacia comercial y Económica de Costa Rica. Administración Solís Rivera (2014-2018), presentado a la Universidad de Costa Rica y elaborado en el 2022.

Mata (2022), en su trabajo final, menciona que la diplomacia comercial es una actividad donde los actores públicos son los encargados de velar por la promoción del comercio del país productor y el importador. Esto permite que exista una promoción comercial además de una facilitación para los mismos exportadores.

Como menciona Rüel 2013 (citado por Mata, 2022), la diplomacia comercial exitosa siempre va a tener presente el acceso a nuevos mercados que forman parte de la economía doméstica. Además, los negocios internacionales exitosos, según Rüel, siempre va a tener una estrategia comercial y una gestión empresarial, pero también es necesario que den al público iniciativas que ayuden a satisfacer o cumplir sus intereses.

De acuerdo con Mata (2022), el gobierno costarricense creó diferentes instituciones para ayudar a la política comercial que fue administrada desde 1966 hasta 1995 por Centro de Promoción de Exportaciones (CENPRO) y la Corporación de la Zona Franca de Exportación, en conjunto con el Ministerio de la Exportación (MINEX). Años después, en 1996 se crearon o evolucionaron a mecanismos de política comercial y de atracción de inversiones más firmes, unidos en el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX) y PROCOMER. Esto permitió que el país entrara en los mercados internacionales.

### 1.5 Proyecciones

Las proyecciones es un apartado de la tesis que menciona lo que se pretende lograr con la investigación. Por ende, del análisis de la relación entre Costa Rica y Estados Unidos específicamente el estado de Florida a partir de la diplomacia comercial en relación con la empresa Primeros en Follaje en el caso de plantas ornamentales se proyecta lo siguiente:

1. Se identificarán cuáles son retos y oportunidades que tienen la exportación de plantas ornamentales desde Costa Rica hacia el mercado del Estado de la Florida en los Estados Unidos y la intervención de la diplomacia comercial.
2. Se entablarán conversaciones con el productor Primeros en Follaje, con el objetivo de conocer datos sobre la comercialización internacional hacia el mercado de la Florida y sus estrategias antes, durante y después de la pandemia COVID 19. Con el propósito de recopilar información y plantear sugerencias para futuros exportadores.
3. Se analizará el mercado internacional de los liriopes y agapanto, en el caso de la empresa Primeros en Follaje, ya que estos tipos de plantas ornamentales son exportados por ellos hacia Estados Unidos en el estado de Florida, específicamente para la ciudad de Miami.
4. Se estudiará la relación de diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos, de esta forma se evaluarán los tratados, convenios y acuerdos existentes que hay entre ambas naciones y la forma de exportación tradicional que tiene estos tipos de producto.
5. Se aportará el conocimiento por medio del desarrollo y conclusiones de este documento, con el fin de ayudar al sector agrícola de plantas ornamentales a tener más información que los guíen a poder empezar una relación de exportación con otras empresas a nivel internacional.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Para la presente tesis es necesario contextualizar la información que esté relacionada con la diplomacia comercial, comercio exterior, relaciones diplomáticas, relaciones comerciales entre Costa Rica y Estados Unidos en el Estado de la Florida además de conceptos relacionados a la exportación de plantas ornamentales de la empresa Primeros en Follaje. En el presente capítulo se van a abordar los siguientes conceptos.

### **2.1 Conceptos relacionados con la diplomacia comercial**

#### **2.1.1 Diplomacia**

De acuerdo con la Real Academia Española (2023) la diplomacia es la “rama de la política que se ocupa del estudio de las relaciones internacionales.”, también, nos indica que es el “conjunto de los procedimientos que regulan las relaciones entre los Estados.”. Existen diferentes tipos de diplomacia, pero para la presente tesis se van a evaluar dos: la diplomacia comercial y la diplomacia económica, que son términos que suelen confundirse entre sí.

Como lo señala Fabiola Rodríguez Barba (2015) en su artículo para la revista Espacios Públicos, “la diplomacia ha sido definida desde principios del siglo XX como “la ciencia de la constitución social y política de los Estados y el arte de conciliar los deberes, los derechos y los intereses.”. (p.37)

Dentro del rango de las Relaciones Internacionales el propósito es mantener una comunicación pacífica entre los países, cooperación entre las naciones asociadas, fomento de la seguridad internacional, negociación de acuerdos políticos y comerciales.

#### **2.1.1.1 Diplomacia comercial**

Como se ha mencionado anteriormente la diplomacia comercial es la aplicación de las herramientas de la diplomacia que logra crear relaciones comerciales y por medio de esto se generan ganancias a través de la promoción de las exportaciones, la atracción de inversiones internas y la preservación de las oportunidades de inversión extranjera directa, por medio del desarrollo de los beneficios de la transferencia tecnológica.

### **2.1.1.2 Diplomacia Económica**

Como opina Pajtinka (2016, citado por Mata 2022), la diplomacia económica es “un conjunto de actividades que realiza un Estado enfocadas a alcanzar sus intereses económicos en el extranjero por medios pacíficos. Todo esto como parte de las actividades de la política exterior de un estado”. (p.20)

Por ello, este concepto suele ser confundido con la diplomacia comercial pero siempre existe una diferenciación. Ya que la diplomacia comercial en realidad viene siendo una parte de la diplomacia económica.

### **2.1.1.3 Diplomacia Cultural**

Dentro de los diferentes tipos de diplomacia se encuentra la diplomacia cultural. De acuerdo con Rodríguez, (2015):

La diplomacia cultural se sitúa en el ámbito de los valores de una nación, su historia como país; sus manifestaciones artísticas y culturales que expresan la identidad de una nación; todo ello con la finalidad de lograr un mejor entendimiento entre los países a través del fortalecimiento de las relaciones y la cooperación en los ámbitos educativos y culturales. (p.47)

Para los países la diplomacia cultural es parte del desarrollo de un estado, esto les permite formar su imagen a nivel país, y de esta forma se genera la cooperación y relaciones con otras naciones que están interesadas en formar alianzas.

### **2.1.2 Política Exterior**

Por medio de la política exterior se toman decisiones donde la diplomacia está involucrada. Al igual que muchos otros países Costa Rica y Estados Unidos tiene sus formas de utilizar la política exterior con el objetivo de formar relaciones entre países.

De acuerdo con la Real Academia Española (2023), la política exterior es el “conjunto de decisiones y acciones de un Gobierno en sus relaciones con otros actores de la escena internacional, con objeto de definir, promover, desarrollar y defender los valores e intereses del Estado en el

exterior”.

Por medio de la política exterior se establecen relaciones internacionales entre los países, con el objetivo de resolver conflictos, promover la cooperación internacional y facilitar el comercio. Al mismo tiempo influye en la economía y convenios entre países para formar alianzas estratégicas con objetivos en común donde las naciones involucradas se vean beneficiadas.

### **2.1.3 Inversión Extranjera Directa (IED)**

Como lo menciona la Real Academia Española (2023) las inversiones extranjeras directas son “inversiones transfronterizas en las que existe una relación a largo plazo entre el inversionista directo y la empresa y, además, un grado significativo de influencia que confiere a aquel una participación efectiva en la dirección de dicha empresa.”.

La IED tiene como propósito crear un vínculo económico y empresarial a largo plazo, por medio de estas relaciones se logra mejorar las oportunidades de empleo, genera una competitividad con las empresas en el sector por ende se da una mejora o eficiencia de los productos, se tiene el acceso a nuevas tecnologías y conocimiento, además aumenta el impulso de las exportaciones.

#### **2.1.3.1 Inversión Extranjera Directa en Costa Rica**

Como lo señala COMEX (s.f.), “atraer inversión es una tarea a la que el país asigna máxima prioridad, por su enorme impacto en el desarrollo de la economía nacional.”

Para Costa Rica desarrollar la Inversión Extranjera Directa es muy importante, ya que permite que haya una estabilidad política y económica. Al tener una diversificación de productos y sectores, esto permite que el país sea mucho más atractivo para diferentes inversores. Al mismo tiempo, al ser una nación con políticas ambientales de sostenibilidad genera mucha más atracción a nivel internacional.

La Inversión Extranjera Directa se encarga de impulsar el crecimiento económico de los países y al mismo tiempo aumenta la participación en la economía mundial y la capacidad de permanecer en el mercado internacional. A continuación, se observa una imagen de los principales efectos de

la inversión en la economía.

### Ilustración 1

*Principales efectos de la inversión en la economía*



Fuente: COMEX, s.f.

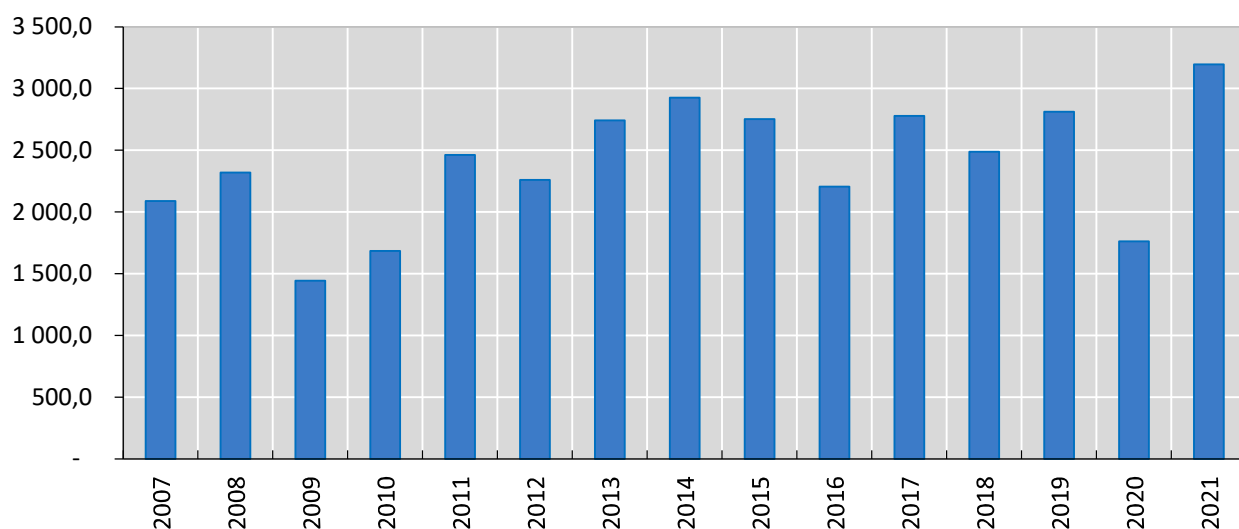
De acuerdo con COMEX (s.f.) PROCOMER es una institución de ayuda para las compañías en Costa Rica.

Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, 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 simplifican y facilitan los trámites de exportación y generan encadenamientos para la exportación.”

PROCOMER es de gran importancia para el desarrollo de la IED, ya que esta institución permite y genera conexiones con empresas extranjeras, de esta forma se logran crear relaciones comerciales que ayudan al desarrollo de la economía nacional.

**Gráfico 1**

*Costa Rica: Inversión Extranjera Directa recibida*



Fuente: COMEX, 2022.

Se puede observar en el gráfico el aumento de la inversión extranjera directa después de que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y República Dominicana y Centroamérica.

### **2.1.4 Relaciones con Estados Unidos**

Costa Rica y Estados Unidos gozan de una relación desde 1851, durante esos años han logrado entablar convenios, tratados y acuerdos que benefician a ambas naciones, como de cooperación, comercio, política, rescate de migrantes entre otros. Costa Rica y Estados Unidos han trabajado en fortalecer sus relaciones bilaterales, y el tema comercial nunca queda de lado. Es importante mencionar que los tratados que se van a abordar son el Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América y el Tratado de Libre Comercio República

Dominicana-Centroamérica-Estados Unidos.

#### **2.1.4.1 Relaciones diplomáticas**

Según la Real Academia Española (2023), las relaciones diplomáticas son un vínculo formado entre dos o más estados con un objetivo en común:

Institución secular mantenida entre dos Estados sobre la base del consentimiento mutuo, con las finalidades de representación, protección de intereses, negociación, información y fomento de la cooperación entre el sujeto acreditante y el sujeto receptor. Conllevan la representación jurídica del Estado ante las autoridades centrales del Estado receptor y suponen el reconocimiento mutuo bilateral.

Las relaciones diplomáticas entre Costa Rica y Estados Unidos tienen más de 170 años, esto se debe a la comunicación y a los diferentes acuerdos entre ambos países, lo que permite entablar lazos duraderos a través de los años. Al mismo tiempo, estas dos naciones tienen valores en común que permite tener una relación de cooperación bilateral sólida que actualmente sigue creciendo.

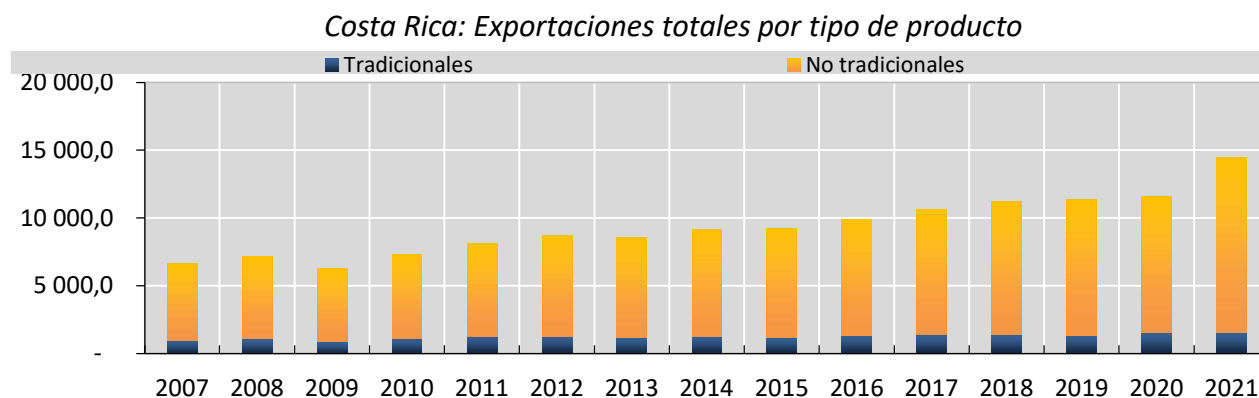
#### **2.1.4.2 Relaciones comerciales**

Teniendo en cuenta a CEUPE (s.f.), las relaciones son primordiales para los países.

La relación comercial es el intercambio de bienes o servicios entre el comercial y el cliente a cambio de una contraprestación económica. Para que se produzca la relación comercial, es necesario que previamente la empresa y el cliente se pongan en contacto. (párr.2 y 3).

Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales de Costa Rica, los diferentes tratados comerciales que tienen estas dos naciones han permitido que exista el intercambio comercial de diferentes productos, esto se da por medio de la exportación e importación. Debido a la creación de herramientas claves para el sector comercial, se ha logrado establecer estrategias sólidas entre ellos, que abren las puertas a los no tradicionales.

Gráfico 2



Fuente: COMEX, con base de cifras de PROCOMER, 2022.

En el gráfico anterior, se observa un aumento en las exportaciones de productos no tradicionales, esto se debe gracias a la implementación de TLC CAFTA, pero a su vez por el manejo de las relaciones entre Costa Rica y Estados Unidos. El mercado estadounidense se ha sentido a gusto con la diversificación de productos y la calidad de cada uno de ellos.

#### **2.1.4.2.1 Tratado de Libre Comercio**

Como señala el Ministerio de Comercio Exterior (2003), un tratado de libre comercio o conocido como TLC es un acuerdo internacional conformado por dos o más naciones, y su principal propósito es crear reglas comunes con el fin de beneficiar y formar una relación comercial entre ellas. Por lo tanto, los TLC poseen reglas de comercio de bienes, servicio, inversiones, propiedad intelectual, mecanismos de defensa comercial y solución de controversias.

##### **2.1.4.2.1.1 Tratado de Libre Comercio República Dominicana- Centroamérica- Estados Unidos (CAFTA-DR)**

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (s.f.), este tratado entró en vigor el 1 de enero de 2009, es considerado como uno de los principales instrumentos de política comercial del país, lo que convierte a Estados Unidos en uno de los principales socios comerciales que tiene el país, además de ser una fuente importante de inversión extranjera directa para Costa

Rica.

Citando a SICE (2004), sobre el Tratado de Libre Comercio Centroamérica y República Dominicana- Estados Unidos (CAFTA-DR) los objetivos del acuerdo son los siguientes:

1. Estimular la expansión y diversificación del comercio entre las Partes
2. Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre los territorios de las Partes
3. Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio
4. Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes
5. Proteger en forma adecuada y eficaz y hacer valer los derechos de propiedad intelectual en el territorio de cada Parte
6. Crear procedimientos eficaces para la aplicación y el cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta, y para la solución de controversias
7. Establecer lineamientos para la cooperación bilateral, regional, y multilateral dirigida a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado

#### **2.1.4.2.1.2 Tratado de Amistad, Comercio y Navegación con Estados Unidos**

Como se ha mencionado en la presente tesis, la relación entre Costa Rica y Estados Unidos inició en 1851, precisamente este acuerdo se firmó debido a que ambos ya venían entablando lazos y se decidió crear este documento que formalizara la relación.

Según el Sistema Costarricense de Información Jurídica (1851), sobre el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación con Estados Unidos, el principal objetivo es establecer una relación perpetua de amistad entre ambas naciones y ciudadanos, una recíproca libertad de comercio, además de libertad de transportación en el territorio, ríos, puertos, para buques normales y buques de guerra.

### **2.1.5 Comercio Exterior en Costa Rica**

Citando a la Real Academia Española (2023), el comercio exterior es el “conjunto de operaciones del tráfico comercial internacional caracterizadas por la intervención del Estado, que se manifiesta principalmente en el ámbito de la importación y la exportación de mercancías.”.

En Costa Rica el comercio exterior es de gran importancia, en la actualidad no solo se exportan productos como el café, banano y piña; sino que hoy en día, hay muchas variedades de productos y estos son exportados a diferentes países del mundo. El gobierno decidió abrir su economía y empezar a crecer económicamente lo cual permitió que el país tuviera un sello de calidad y fuese reconocido a nivel mundial.

### **2.1.6 Promoción de plantas ornamentales en Costa Rica**

En cuanto a tema de promoción de plantas ornamentales en el país, se puede evidenciar que Costa Rica expone una gran variedad de plantas en diferentes ferias que se realizan tanto en Europa como Estados Unidos.

Como afirma PROCOMER (2023), durante el mes de enero del presente año el país participó en una feria de plantas, flores y follajes en Alemania llamada IPM Essen. Donde siete empresas costarricenses de la mano de Green Plants, PROCOMER y Esencial Costa Rica, lograron presentar su catálogo a cientos de personas de más de 45 países.

IPM ESSEN (s.f.) señala que son feria líder mundial en horticultura, donde expositores de todo el mundo presentan sus productos y servicios creativos e innovadores en áreas de plantas, tecnología, floristería y jardín. Esta es la feria que más ofrece diversidad e innovación.

## **2.2 Teorías del Comercio Internacional**

### **2.2.1 Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith**

Teniendo en cuenta a Raquel González en su artículo Diferentes Teorías del Comercio Internacional (2021), para la revista Información Comercial Española, Smith propone que por medio del libre comercio, cada país es capaz de especializarse en la producción de bienes, donde se tenga una ventaja absoluta, es decir que se puedan crear de manera más eficiente que en otros

países e importar los demás productos donde se tuviera una desventaja absoluta, básicamente donde se produjeran los bienes de una manera menos eficiente.

### **2.2.1 Teoría ventaja comparativa de David Ricardo**

De acuerdo con González (2021), Ricardo estableció un concepto hacia otra dirección, como se observa a continuación:

Estableció que aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costes relativos (o coste de un bien medido en términos del otro bien) son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso.” (p.104).

Según González (2021), el país menos eficiente es quien debería de especializarse en la producción y exportación del bien que tenga una desventaja absoluta inferior, es decir, el bien en el que la nación tenga una ventaja comparativa. Con respecto de la importación, menciona que el bien que se debería usar es aquel que se posee una desventaja absoluta superior o aquel que tenga desventaja comparativa.

### **2.3 Cinco Fuerzas de Porter**

Como lo menciona Marcos Antonio Espinoza Mina (2020):

Las llamadas “cinco fuerzas de Porter” son utilizadas para encontrar las fortalezas y amenazas existentes en una determinada fracción del mercado con el fin de guiar a la correcta toma de decisiones y así lograr la sostenibilidad en una empresa. (p.1).

Para temas de la presente tesis, se van a conceptualizar las cinco fuerzas de Porter con el propósito de que futuros exportadores de plantas ornamentales puedan utilizarlo para analizar la documentación y así decidir si utilizar estas como parte de sus estrategias de mercado.

### **2.3.1 Amenaza de la entrada**

Como lo menciona Espinoza (2020), citando a Porter, la primera fuerza es aquella donde los competidores ingresan con nuevas capacidades y deseo de estar en el mercado, por lo tanto, esto va a ejercer una presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión que se necesita para poder invertir. Esto quiere decir que los nuevos competidores pueden tener capacidades y flujos de caja existentes para permanecer en la competencia. Las barreras de entrada son beneficiosas para los actores establecidos en comparación con los nuevos.

### **2.3.2 El poder de los proveedores**

De acuerdo con Espinoza (2020), citando a Porter, los proveedores son capaces de capturar ganancias restringiendo la calidad o servicio, además son ingeniosos para generar rentabilidad subiendo o no sus precios en el mercado. De esta forma los proveedores podrían ser muy poderosos y capaces de amenazar un sector de una industria.

### **2.3.3 Poder de los compradores**

Espinoza (2020) señala que los clientes tienen una gran influencia, ya que si obligan que los precios bajen o exigen calidad o servicios según sus necesidades, va a generar que haya una competitividad entre los participantes. En esta fuerza se evidencia que si existe un grupo de clientes con poder de negociación significa que hay pocos compradores.

### **2.3.4 Amenaza de los sustitutos**

Como lo señala Espinoza (2020):

A veces, la amenaza de la sustitución ocurre más abajo en la cadena o es indirecta, cuando un sustituto reemplaza el producto de un sector comprador. Los sustitutos siempre están presentes, pero a menudo es fácil no percatarse de ellos porque podrían ser muy diferentes del producto del sector.” (p.5).

En esta tercera fuerza de Porter, se muestra como existe la capacidad de que los compradores decidan o no optar por otra opción y esto sigue siendo una amenaza para los productores.

### **2.3.5 Rivalidad entre competidores existentes**

Espinoza (2020), indica que la rivalidad entre los competidores, se muestran como descuentos, ofertas, precios, productos nuevos, publicidad o mejorar un servicio. Cuando existe una gran cantidad de competidores se va a observar una alta rivalidad, por ello deben buscar maneras de diversificar sus productos por medio de la innovación y adaptarse a los cambios del mercado para poder mantenerse a flote.

## **2.4 Instituciones nacionales involucradas en el comercio exterior**

### **2.4.1 Ministerio de Comercio Exterior (COMEX)**

El Ministerio de Comercio Exterior, fue creado en 1996 y también es conocido como COMEX, fue la institución encargada de realizar las negociaciones con Estados Unidos sobre TLC CAFTA-DR y el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación Su principal misión, según Ministerio de Comercio Exterior (2022), 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.” (p.1).

Como lo menciona COMEX (2019), este ministerio se encarga de darle el manejo adecuado a la política comercial e inversión externas, impulso del crecimiento económico, promoción de diversificación de oferta exportable, mercados de destino, nuevas y mejores oportunidades de desarrollo para la población por medio de la negociación, gestión y aplicación de acuerdos comerciales; la promoción del comercio exterior y el desarrollo de encadenamientos productivos; la consolidación y expansión de la atracción de IED de diversos orígenes, como complemento y catalizador de la oferta exportable del país.

### **2.4.2 Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)**

Teniendo en cuenta lo que menciona PROCOMER (s.f.), es una entidad encargada de la promoción de exportaciones:

La Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER) es una entidad pública de carácter no estatal, que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones costarricenses.

Fue creada en 1996, mediante Ley de la República N°7638, para asumir las funciones que hasta ese momento realizaban la Corporación de Zonas Francas de Exportación; el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CENPRO) y el Consejo Nacional de Inversiones. (párr. 1 y 2).

En la actualidad esta institución apoya a los exportadores de Costa Rica, brindan capacitaciones, asesoramiento, promoción comercial, información comercial que son de gran ayuda para las PYMES. PROCOMER es de gran importancia para la exportación de plantas ornamentales, ya que debido a su papel en las ferias internacionales y otras actividades muchos exportadores pueden presentarse y ofrecer sus servicios en el extranjero.

Como lo afirma PROCOMER (s.f.) esta institución es responsable de diseñar y coordinar programas relacionados a exportaciones e inversiones, apoya de manera técnica y financiera a COMEX, en regímenes especiales de exportación, se encarga de promover y proteger los intereses comerciales de Costa Rica a nivel exterior, centraliza y agiliza tramites relaciones a la importación y exportación, da seguimiento a estadísticas de comercio exterior.

De acuerdo con Mata (2022), el funcionamiento operativo de PROCOMER se distribuye de la siguiente manera:

1. Agendas de negocio: son citas personalizadas por parte de las oficinas comerciales en el exterior, se encuentran disponibles todo el año.
2. Misiones Comerciales: son organizadas por el departamento de Dirección de Exportaciones de PROCOMER, donde exportadores viajan a un mercado en común y agendan reuniones con potenciales clientes.
3. Ferias Internacionales: el país participa en estas ferias donde cuentan con diferentes productores nacionales y muestran sus bienes a los futuros compradores.
4. Orientaciones de inversionistas: CINDE tiene mayor profundización en este punto, pero PROCOMER tiene una alianza para el desarrollo de instrumentos de información de inversionistas extranjeros.

### **2.4.3 Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE)**

La visión de CINDE (s.f.), va desarrollada en la contribución del desarrollo sostenible, impacto económico y progreso social de Costa Rica, enfocados en la atracción de inversión extranjera directa, y el mantenimiento de un ambiente de inversión agradable para las partes involucradas y de esta forma poder forjar relaciones sólidas entre países.

De acuerdo con CINDE (s.f.) menciona a continuación que es un socio para el país en temas de impulso de inversión, esto ha permitido generar un impacto en la economía y empleos de Costa Rica:

Es una organización privada, apolítica y sin fines de lucro, ha asesorado y guiado a más de 400 empresas de alta tecnología para establecerse en el país. Convirtiéndose así en el socio estratégico para alcanzar una productividad sostenible e impulsar la inversión con propósito.

Según CINDE (s.f.), los servicios que de esta organización son totalmente gratis, y entre ellos incluye asesoría y orientación de las áreas de inversión, proceso de instalación, retención y expansión de inversiones. Mencionar a CINDE es de gran relevancia, ya que por medio de esta empresa muchos de los exportadores de plantas ornamentales e incluso Primeros en Follaje, se ven beneficiados en el proceso de la industrialización del sector.

### **2.4.4 Ministerio de Salud de Costa Rica**

Citando al Ministerio de Salud (s.f.), la misión de esta institución se basa en el desarrollo las de acciones que protejan la salud de las personas:

Dirige y conduce a los actores sociales para el desarrollo de acciones que protejan y mejoren el estado de salud físico, mental y social de los habitantes, mediante el ejercicio de la rectoría del Sistema Nacional de Salud, con enfoque de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, propiciando un ambiente humano sano y equilibrado, bajo

los principios de equidad, ética, eficiencia, calidad, transparencia y respeto a la diversidad.  
(párr. 1).

El Ministerio de Salud es de gran importancia en la exportación de plantas ornamentales debido a que este tipo de producto y el proceso que conlleva puede generar plagas que lleguen a afectar la salud de las personas, de esta forma se generan enfermedades de transmisión a las personas que tengan contacto con estas plantas. Por ello, los productores de plantas ornamentales siempre deben estar al tanto con las actualizaciones que tiene el ministerio en esta área.

#### **2.4.5 Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)**

De acuerdo con MAG (s.f.) este ministerio tiene como misión apoyar a los sectores rurales como se menciona a continuación:

Impulsar la dignificación de las familias rurales de pequeños y medianos productores de los territorios rurales, promoviendo el desarrollo de capacidades técnicas y de gestión empresarial en los sistemas productivos y en las organizaciones agropecuarias, que promuevan la competitividad, equidad y sostenibilidad social, económica y ambiental de la actividad agropecuaria.

Esta institución ha sido un impulsor del desarrollo económico y social del país, dando una seguridad de los productos a nivel nacional e internacional. Dentro de la presente tesis tiene gran importancia incluir este ministerio, ya que Primeros en Follaje forma parte de las empresas registradas en el MAG como exportadores de plantas ornamentales y ellos están en constante revisión de las actualizaciones relacionadas a estos tipos de productos.

#### **2.4.6 Servicio Fitosanitario del Estado**

Teniendo en cuenta lo que menciona su página web (s.f.), el Servicio Fitosanitario del Estado, se encarga de regular el intercambio comercial de productos agrícolas para la importación como

exportación, además del registro, regulación y control de las sustancias químicas y biológicas como los fertilizantes, plaguicidas y cualquier otra sustancia.

También se encarga de controlar la calidad y niveles máximos de residuos permitidos en plaguicidas en productos que deban de exportarse o importarse de manera fresca. Esta institución se encarga de certificar la condición fitosanitaria de los productos para la exportación, además de mantener controladas las plagas de importancia económica y aquellas plagas que puedan ser una amenaza para la producción agrícola del país.

## **2.5 Organismos Internacionales para Comercio**

### **2.5.1 Organización Mundial del Comercio (OMC)**

Como menciona la Organización Mundial del Comercio (s.f.), la OMC es una la única organización que se encarga de las normas internacionales que rigen el comercio entre naciones. Entre los pilares que sustenta las normas de la OMC están los acuerdos que se han entablado, negociado y firmado por la mayoría de los países que forman parte del comercio internacional. Además, parte de su objetivo principal es lograr que los intercambios comerciales entre naciones se realicen de manera fluida, previsible y libre. La OMC es una organización de gran relevancia para la presente tesis, ya que dentro de este se encuentran los mecanismos para el acuerdo de facilitación del comercio que tiene relación con la exportación de plantas ornamentales.

#### **2.5.1.1 Mecanismos para el Acuerdo sobre la Facilitación del Comercio**

Como menciona la OMC (2015) el acuerdo permite una mejor circulación de mercancías.

Establece una serie de medidas para la rápida circulación de las mercancías a través de las fronteras, que se basan en las mejores prácticas de todo el mundo. El Acuerdo es innovador en cuanto a que, por primera vez en la historia de la OMC, los compromisos de los países en desarrollo y menos adelantados están vinculados a la capacidad de los países para aplicar el Acuerdo.

Este acuerdo beneficia a los países miembros de la OMC, y permite una mayor modernización

y simplificación en las exportaciones e importaciones de los países dentro de la OMC, además de la posibilidad de reducción de costos del comercio. Esto ayuda a los países en desarrollo para obtener una guía relacionados a la facilitación del comercio.

### **2.5.2 Organización Mundial de Aduanas (OMA)**

De acuerdo con Aduanas Chile (s.f.), la OMA es parte fundamental para las aduanas de todo el mundo:

Es un organismo intergubernamental independiente cuya misión es incrementar la eficiencia de las administraciones de aduanas, contribuyendo al bienestar económico y a la protección social de sus Miembros, favoreciendo de esta forma un entorno aduanero honesto, transparente y previsible. Esto permite el desarrollo del comercio internacional lícito y lucha eficaz contra las actividades ilegales.

La OMA, es una organización que permite a los países miembros tener un ambiente aduanero transparente, de acuerdo con WCO (s.f.) Costa Rica permanece a la OMA desde 2001, esto ha logrado que en las exportaciones e importaciones del país haya una mayor seguridad y trazabilidad de los bienes durante el proceso.

### **2.6 Plantas ornamentales**

Como lo afirma el Gobierno de México, la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2016), las plantas son utilizadas para mejorar de manera visual los espacios abiertos:

Una planta ornamental se cultiva y comercializa con propósitos decorativos por sus características estéticas, flores, perfume, frutos o tallos en jardines y diseños paisajísticos, como planta de interior o para flor cortada.... la práctica de producción de ornamentales resulta reconfortante, satisfactoria y productiva, ya que puede realizarse tanto a nivel de pasatiempo como con fines comerciales.

Como lo afirma Esencial Costa Rica (s.f.), Costa Rica abarca el 6% de la biodiversidad mundial, por lo tanto, el país ha sido reconocido por su flora y fauna. Las plantas ornamentales necesitan condiciones de suelo y clima favorables, y eso se puede encontrar en Costa Rica.

## **2.7 Primeros en Follaje S.A**

De acuerdo con FormostCo, Inc (s.f), Primeros en Follaje S.A., es una empresa familiar fundada en 1999, su oficina central está ubicada en Alajuela la Guácima, sin embargo, también cuentan con otras fincas ubicadas en San Gerónimo de Heredia, donde se encuentra la línea de liriopes y agapantos y una ubicada en San Carlos especializada en proyectos. Cuentan con alrededor de 88 hectáreas donde se cultiva una amplia variedad de plantas ornamentales que son exportadas principalmente a Estados Unidos y otros países de Europa y Asia.

## **2.8 Conceptos relacionados a la exportación de plantas ornamentales de Primeros en Follaje**

### **2.8.1 Logística**

Según la Real Academia Española (2023), el proceso de logística se puede definir como el “conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio, especialmente de distribución.”. Para la presente tesis es fundamental conocer este término, ya que, dentro de las exportaciones de Primeros en Follaje hacia el estado de Florida, se necesita conocer la logística que existe de por medio.

### **2.8.2 Arancel**

Citando a la Organización Mundial del Comercio (s.f.) los aranceles se definen como:

Los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles. Los aranceles proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos.

La organización se ha encargado de trabajar en los aranceles altos para así tener una mejor

relación con el acceso a mercados para aquellos productos agrícolas o no agrícolas. OMC, (s.f.).

### **2.8.3 Barreras arancelarias**

Como señala Alejandra Sarquis (2002) en su artículo para la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, las barreras arancelarias son aquellos impuestos o aranceles que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de los bienes.

Estas medidas se aplican con el objetivo de proteger a la producción nacional además de aumentar el intercambio de bienes entre países.

### **2.8.4 Barreras no arancelarias**

Según Sarquis (2002), “todas aquellas medidas (diferentes del arancel) que impiden el libre flujo de mercancías entre los países. También se incluyen las medidas que estimulan artificialmente la producción y el comercio.” (p.2)

En el caso de la exportación de plantas ornamentales, existen diferentes medidas como las fitosanitarias, documentación, certificados que deben cumplirse antes de seguir con el proceso hasta el destino final.

### **2.8.3 Certificado fitosanitarios**

Citando a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2001), “los certificados fitosanitarios se expiden para indicar que los envíos de plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de importación especificados y son conformes a la declaración de certificación del modelo de certificado apropiado”. (p.9)

Todos los exportadores que tengan productos relacionados a los mencionados deben de presentar este certificado a Servicios Fitosanitarios del Estado para que den el visto bueno de la carga.

### **2.8.4 Lista de empaque**

Como lo indica José Chávez (s.f.) en su artículo: ¿Qué es una Lista de empaque? Características, importancia y ejemplo para la revista CEUPE, una lista de empaque o conocida en inglés como *packing list*, es un documento oficial básico de exportación que permite detallar la información

dentro de una paquete o contenedor.

En el documento se va a describir la cantidad de productos que lleva dentro, cuanto pesa, las dimensiones, y otros datos que sean de importancia para el envío de la carga. La lista de empaque es realizada por el exportador, donde también debe incluir otros documentos, como el conocimiento de embarque, factura comercial y declaración aduanera.

### **2.8.5 Factura comercial**

De acuerdo con la Real Academia Española (2023) la factura es una “cuenta en que se detallan con su precio los artículos vendidos o los servicios realizados y que se entrega al cliente para exigir su pago.”. Cuando se refiera a una factura comercial, en el caso de las exportaciones es donde se encuentra toda la información que el exportador le vendió al importador. Para términos de manejo de ventas y compras es de gran importancia el departamento encargado cuente con las facturas de estos trámites.

### **2.8.6 Leyenda para certificación especial**

De acuerdo con Servicios Fitosanitarios (s.f.), esta entidad se encarga de certificar la condición fitosanitaria de los productos para su exportación, la leyenda para certificación especial forma parte de los requisitos para la exportación. En cuanto los liriopes y agapantos se debe identificar que no exista *globodera pallida* que es un tipo de plaga.

### **2.8.7 Transporte**

Parte de la logística de exportación se encuentra el transporte, este puede ser definido según la Real Academia Española (2023) como “un sistema de medios para conducir personas y cosas de un lugar a otro”. Dentro de la presente tesis se va a definir dos tipos de transporte, que es el terrestre y el aéreo.

#### **2.8.7.1 Transporte terrestre**

Según Chávez, (s.f.), el transporte terrestre es aquel que se realiza a través de las carreteras, este es utilizado en la logística para cubrir distancias cortas y medias; parte de sus ventajas es que se logra tener una mayor frecuencia de entregas a un costo menor, además le permite tener una mayor

accesibilidad en zonas urbanas. Además, con este transporte se logra obtener una mejor adaptabilidad a cambios climáticos o de tráfico.

Primeros en Follaje utiliza el transporte terrestre para trasladar las plantas ornamentales de la planta hacia el Aeropuerto Juan Santamaría para así hacer entrega de las plantas para su exportación. Se realiza por medio de camiones si es necesario o transporte interno con el objetivo de llevar las plantas hasta donde el ente exportador.

#### **2.8.7.2 Transporte aéreo**

Teniendo en cuenta a Chávez (s.f.) este transporte se realiza mediante aviones. Este es uno de los transportes más rápidos para cubrir envíos urgentes o de prioridad. Este es uno de lo más seguros debido a los protocolos de seguridad y protección de carga que manejan las aerolíneas. El transporte aéreo tiene un mayor alcance a nivel global se utiliza regularmente para el envío de mercancías perecederas, medicinas, artículos de tecnología y otros productos de alta prioridad.

### **2.9 Bróker**

De acuerdo con la Real Academia Española (2023) el termino Bróker se puede definir como un “agente intermediario en operaciones financieras o comerciales que percibe una comisión por su intervención”. Dentro del mercado de Primeros en Follaje el bróker involucrado en este caso tiene totalmente exclusividad, es decir le venden directamente a esta entidad permitiendo de esta forma producir y distribuir estas plantas ornamentales.

#### **2.9.1 ForemostCo, Inc**

Foremost Co, Inc (s.f.) es una empresa productora y distribuidora de plantas ornamentales o plantas jóvenes procedentes de todo el mundo, con una gran variedad en su catálogo. El principal objetivo con sus clientes es brindarles una experiencia única con excelencia, ofreciendo un producto fresco y consistente todo el año, dándoles un tiempo de respuesta rápido a sus clientes. Esta compañía se fundó en 1987 con el propósito de satisfacer las necesidades del mercado de plantas ornamentales. Cuentan con diferentes granjas en Guatemala, Miami FL y Costa Rica que les permite tener una amplia variedad de productos.

En la logística de Primeros en Follaje, ForemostCo actúa como bróker, esto se va a evidenciar más adelante en el capítulo 4, donde los entrevistados van a brindar información detallada sobre la relación que tienen con la compañía y el tema de ventas que se realizan a ellos directamente y cómo funciona el negocio entre ambas compañías, ya que como se menciona anteriormente, ForemostCo cuenta con granjas de plantas ornamentales y Primeros en Follaje es una de ellas.

## **2.10 Tipos de plantas ornamentales exportadas por Primeros en Follaje a Estados Unidos, Florida**

### **2.10.1 Liriope**

Como lo señala James T. Midcap and Henry Clay en su artículo: *Liriope Culture in Georgia*, para la Universidad de Georgia. El lirope, es conocido como pasto de borde, es uno de los más útiles y versátiles para cubrir y bordear el suelo. Hay varias especies y cultivares que crecen bien, en todo el estado. Una planta similar, *Ophiopogon*, comúnmente se llama mondo o hierba de mono. Como un grupo, estas plantas a menudo se conocen como *lilyturf*. Ninguna de estas plantas son pastos; en cambio, son miembros de la familia de las liliáceas. Según los Servicios Fitosanitarios del Estado (2020), su nombre común para todos los tipos de esta planta es liriope, pero su nombre científico es *Liriope Muscari*.

#### **2.10.1.1 Liriope Muscari**

Como lo menciona Juan Ruíz de Ángulo (s.f.) en su artículo para Agromática. El *Liriope Muscari* es una planta llamativa para lugares sombrías, pertenece a la familia de las Liliáceas, estas plantas ornamentales, tienen un follaje siempre verde además de que les crece una flor. Estos tipos de plantas son muy fáciles de cuidar. Por su tamaño pueden ser plantadas directamente en la tierra del jardín o incluso en macetas.

##### **2.10.1.1.1 Liriope Muscari Evergreen Giant**

De acuerdo con la Edward F. Gilman (2015) en su artículo para Universidad de Florida, el nombre científico en inglés es *Liriope muscari Evergreen Giant*, conocido en inglés como *Evergreen Giant lilyturf*, *Ever green Giant*, el tipo de planta es perenne; herbáceo; hierba ornamental, su plantación se puede dar todo el año. Durante verano crece una flor blanco o violeta. Este tipo de liriope disfruta más del sol que otros de su especie, el mejor crecimiento es en un

sector con suelos ricos en humedad y bien drenados, deben fertilizarse de una a dos veces al año. Este tipo de planta fue encontrada en China continental, Taiwán, Corea del Sur y Japón.

### **Ilustración 2**

*Liriope muscari Evergreen Giant (con flores violetas)*



Fuente: Plant Care Today, s.f.

#### **2.10.1.1.2 Liriope Muscari Super Blue**

Como lo menciona Plantas de mi Tierra (s.f.), el *Liriope Super Blue* es una versión mejorada del *Big Blue Liriope Muscari*, esta planta ornamental puede transformar cualquier jardín por sus flores de color azul lavanda y su follaje abundante y puntiagudo de color verde oscuro. Sus flores crecen a inicios de la primavera al igual que el *Evergreen Giant*, pueden ser plantados en el jardín e incluso en macetas para darle una mejor caída a sus hojas.

### **Ilustración 3**

*Liriope Super Blue (sin flor)*



Fuente : BTM, s.f.

### 2.10.1.2 *Liriope Spicata*

Desde el punto de vista de Gilman (2015), su nombre científico en inglés es *Liriope Spicata*, pero es conocido como *creeping lilyturf*. Al igual que el *Liriope Evergreen Giant* es una planta es perenne; herbáceo; hierba ornamental, también puede ser plantada en toda la época del año; suele tener una flor color violeta azulada, y crece en el verano. El manejo de esta planta es tener las tierras bien drenadas, pero puede soportar sequías, además con un suelo húmedo va a producir muchos retoños. El sol puede llegar a marchitarlas y tornar las hojas amarillas. Este tipo de liriope suele propagarse más, por lo tanto, se debe estar cortando el follaje antiestético.

#### Ilustración 4

*Liriope Spicata*



Fuente: SICIM, 2022.

### 2.10.2 Agapanto

Según Edward F. Gilman, Ryan W. Klein, and Gail Hansen (2018), en su artículo para la Universidad de Florida, el nombre científico de esta planta en inglés es *Agapanthus Orientalis* pero también es conocido como *Agapanthus*, *African lily*, *lily of the Nile*, puede ser sembrada en cualquier temporada del año. Su flor es azul, lavanda o morada incluso blanca; al igual que los otros liriope, deberían estar en suelos húmedos y orgánicos pero una vez establecida es capaz de soportar sequías. Su origen es de Sudáfrica. De acuerdo con Servicios Fitosanitario (2020), su nombre científico es *Agapanthus Praecox* y conocido en español como Agapanto o Lirio Azul.

### Ilustración 5

*Agapanto o Lirio Azul*



Fuente: HGTV, s.f.

#### 2.10.2.1 *Baby Pete*

Como menciona *Plants Management Australia* (s.f.), *baby pete* es una elección de planta ornamental perfecta para adornar los bordes de un jardín. Durante los meses cálidos crece una flor azul muy llamativa a la vista. Es una planta fácil de cultivar si los suelos drenan bien, en cuanto a su cuidado, son tolerantes a las sequías, se necesita riego en periodos largos de calor. Un tema importante, es que estas plantas pueden ser nocivas si se ingiere o puede irritar la piel y los ojos. Al mismo tiempo puede ser plantada en macetas o bordes de los jardines.

### Ilustración 6

*Baby Pete*



Fuente: ForemostCo, s.f.

### 2.10.2.2 *Peter Pan*

Citando a *Gardeners Magazine World*, (s.f.), esta planta debe ser cultivada en un suelo que esté bien drenado y lo mejor es que estén en lugares protegidos, pero en el sol. Al igual que otras plantas pueden ser cultivadas directamente en jardines pequeños o en macetas, su flor tiene un color azul claro. Esta planta es conocida por atraer abejas y si se ingiere sus raíces son tóxicas para humanos, perros y gatos.

### Ilustración 7

#### *Peter Pan*



Fuente: *Gardeners World Magazine*, s.f.

### 2.10.2.3 *Streamline*

Como se afirma en *Gough Nurseries* (s.f.), el *Agapanthus Streamline* es una excelente variedad enana de floración libre. Los racimos de flores azules retoñan en verano en tallos largos. Se pueden usar estos pequeños arbustos como cobertura del suelo o a lo largo de un camino. Es importante cuidar la planta, por eso se necesita retirar los tallos de las flores y las hojas muertas al final del invierno, también se necesita un riego regular durante el verano, pero puede soportar sequías.

**Ilustración 8***Streamline*

Fuente: ForemostCo. (s.f.)

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se va a profundizar el fundamento metodológico que se va a utilizar para respaldar la presente investigación. Se iniciará detallando cual va a ser el enfoque de la investigación y con base en esto se expondrá el diseño correspondiente. Al mismo tiempo, dentro de este capítulo se van a mencionar las fuentes primarias y secundarias de investigación que van a darle sustento a la presente tesis. Después se va a crear una tabla de muestra poblacional, donde se va a mencionar las personas a entrevistar, puesto y razón por la cual se eligió su aporte, más adelante estarán las unidades de análisis junto con los instrumentos y su recolección.

### 3.1 Enfoque de la Investigación

Esta tesis va a estar dentro del enfoque cualitativo, debido a que es una investigación que se basa en la obtención de respuestas por medio de trabajo exploratorio e indagación de fuentes primarias o secundarias. Se utiliza el enfoque cualitativo esperando responder a la pregunta de investigación sobre los retos y oportunidades de la exportación de plantas ornamentales y cómo influye la intervención de la diplomacia comercial. A su vez desarrollar los objetivos y proyecciones de la presente tesis por medio de este enfoque.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Batista (2014), en su libro Método de la Investigación Sexta edición, 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 investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. (p.7).

Los antecedentes internacionales y nacionales forman parte del proceso cualitativo, ya que anteriormente fueron expuestos como base para la presente tesis, con el principal objetivo de sustentar el tema y conocer sobre el mercado de plantas ornamentales y sobre el papel que juega

la diplomacia comercial en estos escenarios. Estos estudios logran tomar en cuenta como parte de la metodología elegida en esta investigación, que tiene como base el análisis de información.

En esta investigación es más beneficioso tener un análisis cualitativo que cuantitativo, ya que, en la diplomacia comercial, política exterior, producción y exportación siempre van a estar en constante cambio según el mercado internacional, por lo tanto, se deben adaptar o evolucionar de acuerdo con los procesos. Con este enfoque se van a obtener conclusiones sustentadas por medio de los documentos como libros, artículos, tesis, entrevistas, datos o estadísticas con el fin de que esta investigación sea fuente de información para estudiantes como exportadores.

### **3.2 Diseño de la Investigación**

De acuerdo con Hernández, Fernández y Batista (2014), el diseño de investigación es aquel plan o estrategia que se encarga de desarrollar la obtención información que se necesita para darle respuesta al planteamiento del problema, este se desarrolla para obtener los datos que se requieren en una investigación y responder al planteamiento de problema. Se inicia la investigación por medio de sus fuentes primarias o secundarias. Existen diferentes tipos de diseños que dependen del enfoque cualitativo o cuantitativo.

En este trabajo de investigación se decidió seleccionar el diseño investigación-acción ya que se pretende involucrar a la comunidad en las decisiones sobre cómo analizar los datos y el análisis mismo (Hernández, Fernández y Batista, 2014). Por lo tanto, este tipo de diseño se relaciona con lo que se va a estudiar en la presente tesis, ya que por medio del estudio de la relación de diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos (Estado de Florida), se van a evidenciar los retos y oportunidades que tiene el mercado de plantas ornamentales.

Por medio de este diseño investigación- acción se va a lograr extraer información documental, pero a su vez, se van a recopilar datos de una a empresa exportadora nacional de plantas ornamentales la cual es Primeros en Follaje, tiene una experiencia de más de 20 años en el mercado agrícola, de esta forma se dará a conocer datos, estrategias e información relevante para otros productores y estudiantes. Las variables que se van a tomar en cuenta son de 2017 al 2022.

### **3.3 Fuentes de la Investigación**

En una investigación siempre se va a necesitar fuentes de información con el objetivo de que se dé sustento o validez al tema y darle respuesta a el planteamiento del problema y a los objetivos. Por eso en la presente tesis se van a requerir fuentes primarias y secundarias.

#### **3.3.1 Fuentes Primarias**

Como menciona Guzmán (1982) en su documento Las Fuentes Secundarias, “las fuentes primarias, como la palabra expresa, son aquellas en donde los datos o la información provienen de una fuente directa, sea una persona, institución y otro medio.” (p.1). Por lo tanto, en la presente tesis se va a contar con información y datos del productor y exportador Primeros en Follaje. Al mismo tiempo, se obtendrá información de instituciones públicas y privadas como lo son PROCOMER, COMEX, MAG, universidades entre otras que están conformados por profesionales del sector agrícola y su exportación de plantas ornamentales.

#### **3.3.2 Fuentes Secundarias**

De acuerdo con Guzmán (1982), “las fuentes secundarias por otra parte, permiten conocer hechos o fenómenos a partir de documentos o datos recopilados por otros.” (p.1). Estas fuentes al igual que las primarias tienen gran peso a la hora de hacer una investigación, ya que se va a lograr obtener mucha más información por parte de libros, tesis, artículos científicos entre otros documentos que van a darle fundamento a la presente tesis.

Para este documento se van a utilizar textos realizados por diferentes instituciones nacionales que tengan información sobre la exportación de plantas ornamentales como PROCOMER, MAG, tratados internacionales como el CAFTA- DR y otros documentos publicados a nivel internacional y nacional en el sector agrícola. Además, se van a utilizar estadísticas o datos de la empresa Primeros en Follaje para dar una visualización de las exportaciones que tienen hacia el Estado de Florida.

### **3.4 Población y muestra**

Para el proceso de investigación de este y otros documentos la población y muestra siempre son esenciales, ya que por medio de estos la tesis va a poder ser utilizada a futuro por otras personas.

Según Hernández y Mendoza (2018) en su libro *Métodos de la Investigación* Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas, citando Chaudhuri, 2018 y Lepkowski, 2008, “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p.198). Por lo tanto, en el caso de la presente tesis la población sería la empresa exportadora de plantas ornamentales Primeros en Follaje, ya que el estudio se va a concentrar en ese productor en específico.

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) citando a Creswell y Creswell (2018), Flick (2013), Savin-Baden y Major (2013) y Miles y Huberman (1994):

El muestreo cualitativo está normalmente orientado por uno o varios propósitos. Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionas el contexto, en el cual esperas encontrar los casos o unidades de muestreo que te interesan. En las investigaciones cualitativas te cuestionas qué casos requieres inicialmente y dónde puedes encontrarlos. (p.426).

En su libro, Hernández y Mendoza (2018), mencionan que la muestra cualitativa no es probabilística, además de que no busca generalizar resultados sino profundizar el tema de estudio. Por lo tanto, el presente documento se basa en selecciones específicas para lograr recopilar la información necesaria y así dar respuesta a la pregunta de investigación y los objetivos planteados. Debido a esto dentro de la muestra no solo estarán los colaboradores de la empresa Primeros en Follaje, sino que también a instituciones relacionadas a la diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos, y sobre la exportación de estas plantas.

**Tabla 1**  
*Muestra poblacional*

<b>Entrevistado</b>	<b>Puesto</b>	<b>Razón</b>
No. 1	Funcionario de Primeros en Follaje	Nos brindará información general sobre la empresa
No. 2	Funcionario de Primeros en Follaje	Datos sobre niveles de producción y ventas
No.3	Experto Logístico de Primeros en Follaje	Tiene conocimiento de exportación de plantas ornamentales
No.4	Funcionario del COMEX (Punto de Enlace Permanente)	Ministerio de Comercio Exterior tienen datos sobre relaciones comerciales entre ambos países
No.5	Funcionario del Departamento de Certificación Fitosanitaria, Servicios Fitosanitarios del Estado	Poseen datos relevantes para futuros exportadores de plantas ornamentales
No.6	Internacionalista	Conocimiento de temas en diplomacia comercial
No.7	Ingeniero Agrónomo (Primeros en Follaje)	Conocimiento del manejo de plantas
No.8	Experto en comercio internacional	Cocimiento en comercio internacional

No.9	Internacionalista	Conocimiento en tratados
------	-------------------	--------------------------

Fuente: Elaboración Propia, 2023

### 3.5 Unidad de análisis

El siguiente cuadro de unidades funciona como resumen de lo que se quieren alcanzar con los objetivos específicos, idea central, subtemas y los instrumentos que se van a utilizar para lograr cumplirlos.

**Tabla 2**

*Cuadro de unidad de análisis*

<b>Objetivo</b>	<b>Categoría de Análisis</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Ítem</b>
Examinar las relaciones diplomáticas y comerciales entre la República de Costa Rica y Estados Unidos de América en materia de plantas	Relación diplomática y comercial	Estado de relaciones entre ambos países  Diferencia entre diplomacia comercial y diplomacia económica	Importante identificar cuáles son las relaciones entre ambos países en la actualidad	Revisión Bibliográfica Entrevista	2-3

ornamentales.					
Relacionar la normativa comercial existente entre ambos países en el periodo de la investigación, incluyendo o tratados.	Normativa comercial entre Costa Rica y Estados Unidos	Normativa comercial existente:  Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América  TLC República Dominicana-Centroamérica-Estados Unidos	Conocer la normativa comercial entre los dos países es clave para conocer el mercado	Revisión Bibliográfica y entrevista	2-3
Identificar tendencias del mercado y oportunidades que existen entre la República de Costa Rica y el	Tendencias de mercado y oportunidades	Tendencias de mercado y oportunidades Exigencia del consumidor Evolución del mercado Ferias internacionales	Saber las tendencias de mercado y sus oportunidades es importante para los futuros exportadores	Revisión Bibliográfica y entrevista	1-2

Estado de la Florida.					
Distinguir las estrategias de comercialización de la empresa Primeros en Follaje S.A. antes, durante y después de la pandemia COVID 19.	Estrategias de comercialización	Estrategias de Comercialización Primeros en Follaje: Antes COVID 19 Durante COVID 19 Después COVID 19	Las estrategias de comercialización son importantes para que futuros exportadores puedan identificar áreas de mejora y les permita dinamizar sus exportaciones.	Entrevista	1

Conocer cuál es el ente encargado de regular y certificar las plantas ornamentales para su respectiva exportación.	Servicios Fitosanitarios	Funcionamiento de SFE Plagas Afectación de plagas	Dar a conocer cómo funciona esta institución para futuros exportadores	Revisión Bibliográfica y entrevista	4
--	--------------------------	---	--	-------------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia, 2023.

### 3.6 Instrumentos

En este apartado se van a mencionar todos los instrumentos que se van a utilizar para lograr la respuesta de los objetivos de la investigación, ya que cada uno de ellos tiene uno diferente y funcionaran como una herramienta de recolección de datos para darle fundamento a este documento. Estos instrumentos van a estar distribuidos entre la revisión bibliográfica y las entrevistas que darán la información necesaria para formular cada uno de los objetivos.

#### 3.6.1 Entrevista

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) la entrevista “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).” (p.449). Las personas seleccionadas en la muestra son parte importante de la presente tesis, ya que van a brindar conocimiento o experiencias relevantes a la diplomacia comercial y a la exportación y comercialización de las plantas ornamentales.

Como lo menciona Hernández y Mendoza (2018), existen diferentes tipos de entrevistas, entre ellas está la estructurada donde el entrevistador ya tiene preparada una lista con preguntas específicas y mantiene el orden. Después, está la semiestructurada que se trata de una serie de preguntas o asuntos a tratar, pero el entrevistador tiene la libertad de hacer otras preguntas fuera de lo que planeado. Finalmente, la abierta, o no estructurada, se maneja con un asunto en general pero aquí el entrevistador va a tener flexibilidad de como quiera llevar a cabo la entrevista.

En la presente tesis se va a utilizar la entrevista abierta, ya que al ser más flexible le da oportunidad al entrevistador en poder manejar la entrevista como guste, pero también le da la al entrevistado de conversar con confianza y no tener un límite a la hora de contestar. Además, al ser un tema que puede surgir diferentes cuestionamientos también va a existir la libertad de hablar no solo de un asunto.

### **3.6.2 Revisión Bibliográfica**

Como lo menciona Diana Coral (2016), en su Guía para hacer una revisión bibliográfica, “una revisión bibliográfica hace parte de un proceso de investigación en el ámbito académico. La selección del material bibliográfico es la guía para el abordaje del tema en una investigación.” (p.1). Para la presente investigación es necesario conocer conceptos técnicos de diplomacia comercial y de la exportación de plantas ornamentales, por lo tanto, corresponde involucrar la revisión bibliográfica. Lo ideal con este instrumento es encontrar la mayor cantidad de documentos disponibles relacionados al tema para así crear nuevas ideas.

De acuerdo con Coral (2016), este instrumento se usa con el objetivo de seleccionar y a su vez comentar la literatura publicada sobre un tema, de esa forma se pueden dar nuevas ideas narrando lo que se planteó en los objetivos de investigación. Como lo menciona la autora, se debe tener claro el objetivo para que a partir de ahí se dé la búsqueda de fuentes y formular propias opiniones utilizando el material encontrado.

### 3.7 Proceso de recolección de datos

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) “la recolección de los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que te conduzcan a reunir datos con un propósito específico.” (p.226). Por eso es importante que en cualquier investigación, sea cuantitativa o cualitativa, debe de existir una recolección de datos y una estrategia de cómo se va a lograr encontrar o recopilar la información que se necesita para darle respuesta al planteamiento del problema y objetivos.

En el proceso de la recolección de datos están las entrevistas, que se van a realizar a personas expertas en diplomacia comercial y procesos de exportación de plantas ornamentales. Por medio de sus respuestas se podrán formular nuevas ideas que le den una base sólida a la presente tesis. Se espera que se puedan realizar algunas de estas reuniones de manera presencial, pero si esto no es posible, se va a dar uso a la tecnología por medio de llamadas en línea.

Según Hernández y Mendoza (2018), “la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo; además, el análisis no es completamente uniforme, ya que cada estudio requiere un esquema peculiar.” (p.465).

Como menciona anteriormente Hernández y Mendoza (2018), las investigaciones cualitativas deben de hacerse en paralelo, por lo tanto, en cada una de las entrevistas que se van a realizar se va a brindar un análisis de las respuestas brindadas por los profesionales, de esta forma se van a generar nuevas ideas y conocimientos sobre el tema de la diplomacia comercial y la exportación de plantas ornamentales hacia el mercado estadounidense, específicamente al Estado de Florida.

También se va a utilizar en la recolección de datos la revisión bibliográfica, por medio de fuentes primarias como artículos, tesis, documentos oficiales relacionados con el tema, estos documentos se analizarán y de esta forma generarán conclusiones en relación con la diplomacia comercial y las exportaciones de plantas ornamentales. En resumen, este es el proceso de recolección de datos para la presente tesis:

1. Se harán las revisiones bibliográficas de todos los documentos que se encuentren como tesis, documentos oficiales entre otros materiales que den información relevante a la diplomacia comercial y exportación de plantas ornamentales.
2. Una vez se concluye el primer paso, se procederá a la realización de las entrevistas a las personas relacionadas con el tema de investigación de manera presencial o vía plataformas tecnológicas para facilitar a todas las partes involucradas.

Para concluir, se espera realizar las entrevistas de manera oral e incluir las notas dentro de este documento, sin embargo, si fuera el caso de que se reciben las respuestas de manera escrita, se van a dar la transcripción textual de cada una de las respuestas. Una vez se tenga toda la información recolectada se analizará con el objetivo de darle respuesta al planteamiento del problema y los objetivos de la presente tesis.

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se elaboran y se detallan los resultados obtenidos de las entrevistas que se realizaron a los diferentes profesionales en las diferentes áreas, políticas, comerciales, logística exportación, agrónoma que ayudarán a sustentar la presente tesis. A continuación, se observará una tabla con la unidad de análisis con el objetivo que todo sea visualizado de una manera más ordenada y posteriormente se presentará las respuestas de cada uno de los profesionales junto con un análisis de estos.

**Tabla 3**

*Análisis de resultados*

Unidad	Categoría
Relación diplomática y comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estado actual de relaciones entre ambos países</li> <li>2. Diferencia entre diplomacia comercial y económica</li> </ol>
Normativa comercial entre Costa Rica y Estados Unidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América</li> <li>2. TLC CAFTA-DR20</li> </ol>
Tendencias de mercado y oportunidades	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exigencia del consumidor</li> <li>2. Evolución del mercado</li> <li>3. Ferias internacionales</li> </ol>
Estrategias de comercialización	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Antes de pandemia COVID 19</li> <li>2. Durante pandemia COVID 19</li> </ol>

	3. Después pandemia COVID 19
Servicios Fitosanitarios	1. Funcionamiento de SFE 2. Plagas 3. Afectación de plagas

Fuente: Elaboración propia, 2023.

## **4.1 Unidad de análisis 1: Relación diplomática y comercial entre Costa Rica y Estados Unidos**

### **4.1.1 Categoría 1: Estado actual de las relaciones entre Costa Rica y Florida**

#### **4.1.1.1 Descripción**

Según PROCOMER (2021) en su artículo, “Estados Unidos es el principal socio comercial para las exportaciones de Costa Rica y el principal comprador para 14 de 19 sectores productivos de bienes, representando el 42% del total exportado por el país en 2020, cerca de \$4.900 millones de USD, y reflejando un crecimiento ininterrumpido en sus compras de bienes desde 2013.”.

Como se ha mencionado anteriormente, Estados Unidos y Costa Rica entablaron relaciones hace más de 170 años, Estados Unidos se ha posicionado a través de los años como uno de los socios comerciales más importantes para el país y por ende encabeza en muchas de las encuestas de importaciones desde Costa Rica.

De acuerdo con PROCOMER (2021), el estado de Florida destaca como uno de los mejores entornos socioeconómicos, es decir que Costa Rica tiene grandes oportunidades para hacer negocios con este estado, por ello menciona que es de gran importancia el hecho de tener una oficina en Miami para la promoción comercial.

Desde el punto de vista de la Promotora, Florida se encuentra en top 3 de los mejores estados para la exportación de flores. Debido a las importaciones del 2019, Florida fue el principal importador de productos costarricenses con USD 893 M.

Según los expertos consultados la relación comercial entre Costa Rica y Estados Unidos es considerada como excelente y positiva. Específicamente a Miami, que es el destino de Primeros en Follaje para las plantas Agapantos y Liriopes.

*“Excelente. Miami es uno de los puertos y aeropuertos más dinámicos para el acceso de nuestra oferta exportable.*

*Algunas evidencias:*

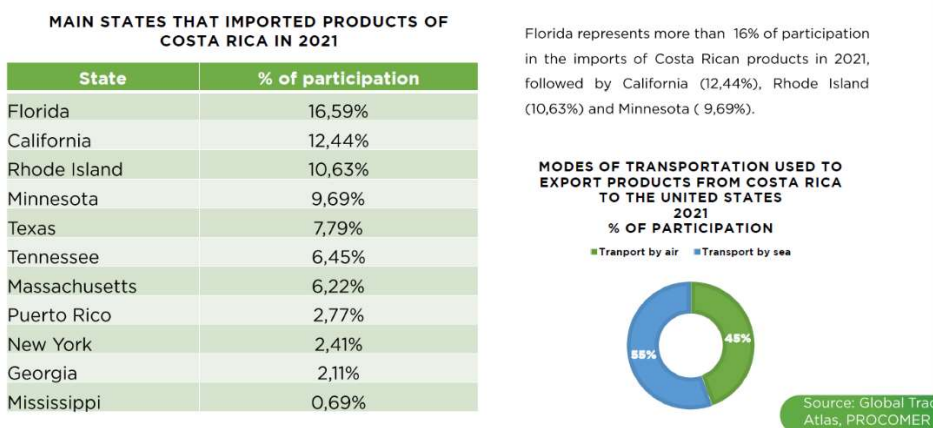
1. *A nivel del aeropuerto de Miami (en materia de carga aérea), Costa Rica es el socio número siete por monto en dólares y socio número cinco por peso.*
2. *Nuestro principal socio comercial es los Estados Unidos, con un 42% de las exportaciones.*
3. *En el Puerto de Miami, Costa Rica es el socio número quince.*
4. *La mayoría de la carga que ingresa a los Estados Unidos ingresa por Miami y de ahí es distribuida a los diversos mercados de este gran socio comercial.” (Entrevistado 4).*

*“Particularmente la relación entre ambos países es positiva y de mucha cordialidad, lo que sí es importante tener presente es que cada gobierno le da su sello de identidad a esta relación, y cada Embajador de los Estados Unidos en Costa Rica tiene un enfoque en su agenda, lo mismo sucede con nuestros representantes en Washington. Actualmente hay un claro interés en ambas partes en darle una solución al tema de la violencia e inseguridad ciudadana, ya que es un hecho que afecta todo lo demás” (Entrevistado 9)*

El entrevistado 4 proporcionó el siguiente cuadro de información, donde se ve reflejado que el estado de Florida para el 2021 representaba el mayor porcentaje de participación en la importación de productos desde Costa Rica. Estos datos permiten confirmar que el país americano forma parte de las naciones más influyentes para el flujo comercial del país.

## Ilustración 9

### Principales Estados que importan productos de Costa Rica en 2021



Fuente: PROCOMER, 2021.

El funcionario de COMEX proporcionó el siguiente cuadro con la información general del 2018 a julio 2023 sobre las estadísticas de exportación de plantas ornamentales a Estados Unidos, donde se logra evidenciar que para el 2021 hubo un aumento significativo en el valor de las exportaciones.

## Ilustración 10

### Estadísticas de exportación de plantas ornamentales Estados Unidos, 2018-2023 (a julio)

Estadísticas de exportación de plantas ornamentales a Estados Unidos, 2018-2023 (a julio)

Fuente: PROCOMER

Nota 1: Los datos de valor se presentan en miles de USD y el peso se presentan en toneladas.

Nota 2: para el 2023 se encuentra con datos hasta julio.

PRODUCTO	PAIS DESTINO	2018		2019		2020		2021		2022		2023*	
		VALOR	PESO	VALOR	PESO	VALOR	PESO	VALOR	PESO	VALOR	PESO	VALOR	PESO
PLANTAS ORNAMENTALES	Estados Unidos	31 550,89	7 938,11	33 273,69	7 855,23	37 439,24	7 912,94	47 270,51	10 660,43	40 324,69	6 965,86	27 095,88	3 440,92
<b>Total general</b>		<b>31 550,89</b>	<b>7 938,11</b>	<b>33 273,69</b>	<b>7 855,23</b>	<b>37 439,24</b>	<b>7 912,94</b>	<b>47 270,51</b>	<b>10 660,43</b>	<b>40 324,69</b>	<b>6 965,86</b>	<b>27 095,88</b>	<b>3 440,92</b>

Fuente: PROCOMER, 2023.

Al mismo tiempo el colaborador de COMEX brindó el siguiente cuadro con datos de estadísticas de importación de plantas ornamentales en Estados Unidos desde Costa Rica, según distrito aduanero del 2020 al 2022, y está Miami, Florida, en el puesto número uno.

## Ilustración 11

### *Estadísticas de Importación de plantas ornamentales en Estados Unidos desde Costa Rica según distrito aduanero 2020-2022*

Elaborado el 4 de setiembre de 2023

Estadísticas de importación de la clasificación 0602 (plantas ornamentales) en Estados Unidos desde Costa Rica, según distrito aduanero, 2020-2022

Fuente: World Trade Atlas

United States Districts Importación Statistics from Costa Rica (Transport Modes: Todos los medios de transporte) Via Districts: All Districts

Products: 0602 (Las Demás Plantas Vivas, Incluidas Sus Raíces, Esquejes E Injertos; Micelios)

Valor: Anual through 2022

Rank	Districts	United States Dollars			% Share			nt Change, 202
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	
	All Districts	33 670 233	44 529 842	39 947 769	100,00	100,00	100,00	-10,29
1	Miami, FL	31 179 701	41 181 483	36 744 559	92,60	92,48	91,98	-10,77
2	San Diego, CA		206 154	1 131 383		0,46	2,83	448,80
3	New York, NY	559 450	1 037 993	992 334	1,66	2,33	2,48	-4,40
4	Los Angeles, CA	1 475 961	1 393 551	475 576	4,38	3,13	1,19	-65,87
5	Savannah, GA	286 072	226 647	276 910	0,85	0,51	0,69	22,18
6	San Juan, PR	82 180	399 340	236 745	0,24	0,90	0,59	-40,72
7	New Orleans, LA	86 869	39 494	90 262	0,26	0,09	0,23	128,55
8	Seattle, WA		18 914			0,04		
9	Cleveland, OH		26 266			0,06		

© 2023 S&P Global

Created on Mon 4 Sep 2023, 11:40 AM EST (16:40 GMT)

Fuente: World Trade Atlas, 2022.

*“Específicamente en Florida, Costa Rica ha tenido mucho desarrollo comercial por diversas razones: alta población latina que consume nuestros productos, puerto donde llegan la mayoría de las exportaciones de Costa Rica para ese lado del país, centro de distribución en Miami, marketing de marca país entre otros factores más.” (Entrevistado 6)*

*“Ambas relaciones están consolidadas y son fuertes por lo que las describiría como una de las relaciones pilar de Costa Rica, ya que el provecho que se le saca es bastante. En cuanto a Florida específicamente, es uno de los estados con mejor relación, ya que no solo es un puerto de entrada al destino final, sino que también es casa de miles de productos exportados costarricenses”. (Entrevistado 6)*

Como lo señala el experto en comercio internacional, es necesario una relación de amistad entre los dos países.

*“Al ser un socio comercial tan importante, es necesario siempre que este brinde un papel amistoso para continuar con el proceso de compra y venta según necesidades de ambos.”*  
(Entrevistado 8)

De acuerdo con el internacionalista las estadísticas reflejan el buen flujo comercial entre ambos países.

*“Estados Unidos es hoy en día el principal socio comercial de Costa Rica y según las estadísticas del INEC el flujo comercial con dicho país para el año 2022 es del 40% del valor total en ambos flujos (importaciones y exportaciones). Dicha información lo que deja ver es que el trabajo diplomático y comercial se ve reflejado en los porcentajes indicados.”*  
(Entrevistado 9)

#### **4.1.2 Análisis**

De acuerdo con los datos proporcionados por el entrevistado 4, la relación entre Costa Rica y el Estado de Florida es de gran importancia para el área comercial entre ambos países. Costa Rica exporta gran cantidad de productos a Florida y esto permite que el país pueda encabezar como los principales socios comerciales, como menciona el entrevistado en el sector aéreo Costa Rica se posiciona en el puesto número siete por monto en dólares y número cinco por peso. Los datos proporcionados por el entrevistado permiten identificar la que entre ambas naciones existen lazos comerciales estrechos que dan frutos en números.

Como lo señala PROCOMER (2016):

Costa Rican Trade Center (CTC), un centro de distribución que permitirá almacenar y distribuir productos nacionales, que se inauguró hoy con un sencillo acto, en MIQ Logistics, en la ciudad de Miami, Florida.... El CTC es un esfuerzo público–privado gestionado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), y que inicia con siete empresas costarricenses participantes, todas de la industria alimentaria. Su

propósito es agilizar el ingreso, consolidación, bodegaje y distribución de productos de Costa Rica en el mercado estadounidense. (párr. 1 y 3)

Costa Rica cuenta con gran volumen de exportaciones a Miami, esto permitió que en el 2016 se abriera este centro de distribución para medianas y pequeñas empresas costarricenses, esto ha logrado agilizar el proceso de las cadenas de distribución para los compradores en el estado de Florida y además ha logrado que los exportadores costarricenses sean más competitivos y que sus procesos sean mucho más rápidos.

De acuerdo con el entrevistado 6, Miami se ha vuelto el hogar de muchas personas de latinas, esto ha sido un beneficio para los productores en la zona de Latinoamérica, ya que los consumidores están en constante demanda de bienes producidos en sus países. Además, gracias a la ubicación del estado, funciona como un centro de distribución para otras partes del país.

#### **4.1.2 Categoría 2: Diferencia entre diplomacia económica y diplomacia comercial**

##### **4.1.2.1 Descripción**

Como lo indica Colotta, M.; Degiorgis, P.; Lascano y Vedia, J.; Rodríguez, Á. (2021), “se puede afirmar que todas las cuestiones comerciales son económicas, pero no todas las económicas son comerciales.” Esto quiere decir que la diplomacia comercial viene siendo un parte de la diplomacia económica, donde los actores principales son las instituciones relacionadas al comercio que se encargan de ayudar a las empresas a crear una promoción comercial para así poder exportar sus productos.

De acuerdo con el papel de la Diplomacia Económica en el proceso de exportaciones, esto indica el entrevistado 2:

*“Las instituciones se articulan y promueven el país con el fin de buscar objetivos claros: la diversificación de las exportaciones y ahora la incorporación de la inversión extranjera directa. En el caso de los Estados Unidos, la coordinación de PROCOMER con Embajada y diversos consulados es la constancia para la promoción país.” (Entrevistado 4).*

*“En toda relación comercial la diplomacia juega un rol vital. En este caso particular con Estados Unidos, una buena diplomacia comercial brinda ventajas como la promoción de exportaciones, la negociación, la forma alterna de solucionar conflictos o diferencias comerciales, la facilitación del comercio entre otro más.”* (Entrevistado 6)

Como lo señala Antonio García Rebollar en su texto *Notas sobre la Diplomacia Económica* (2010), esta forma parte del trabajo de los colaboradores de los ministerios y de los organismos multilaterales de la economía y el comercio, además de aquellos encargados del seguimiento o cumplimiento de políticas económicas y comerciales.

La diplomacia económica y comercial tiene una relación, ya que ambas van de la mano de ministerios relacionados a asuntos exteriores, economía o comercio. Sin embargo, estas dos tiene diferencias.

Según García (2010), “la diplomacia económica se enfrenta a nuevos retos ante la mejora de las comunicaciones, el amplio número de actores económicos y la necesidad de estar más próxima a las necesidades de las empresas. Su necesidad es evidente y los estudios demuestran su capacidad para aumentar las exportaciones y para la creación de empleo cualificado.” (p.23)

Dentro de la diplomacia económica se encierran retos que permiten que se mejore la situación para el país, además diferentes instituciones o ministerios que tienen responsabilidad en el desarrollo de la economía nacional. Esto beneficia la decisión de aumentar las exportaciones y así genera mayor empleo para las personas.

De acuerdo con Pedro Sánchez Pérez- Castejón (2013) en su texto *La diplomacia comercial en el centro de la diplomacia económica española*, se define como diplomacia económica:

El estudio de la diplomacia económica analizará la coherencia o los conflictos que pudieran surgir entre los objetivos políticos y económicos en el marco de la política exterior de los Estados. Con el objetivo de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados. (p.348)

Dentro de la diplomacia económica está involucrada la política exterior de los países, esto quiere decir que interviene la negociación y toma de decisiones por los entes encargados de reguladores de esta, pero al mismo tiempo se encarga de velar por el cumplimiento o su mejora.

Como lo menciona Nery Mata Argüello (2022), en su trabajo final para su título de Maestría para diplomacia comercial para la Universidad de Costa Rica: “la diplomacia económica engloba aristas económicas como la cooperación, entre otras desde las dimensiones regionales, bilaterales y multilaterales y su estudio se enfocará en los mecanismos de negociación sus instrumentos.” (p.9)

Dentro del marco de las Relaciones Internacionales, la diplomacia económica va de la mano con conceptos que permiten formar lazos regionales, bilaterales o multilaterales cuya idea principal es la negociación.

De acuerdo con García (2010), la diplomacia comercial forma parte del trabajo que realiza las instituciones de comercio exterior para la promoción de exportaciones y la capacitación de inversiones extranjeras.

Según García (2010) citando a Saner (2001), existen tres tipos de diplomacia comercial:

1. Promotor de negocios: los asuntos comerciales son asuntos de negocios empresariales, por lo tanto, el centro de atención va a ser satisfacer a los clientes.
2. Especialistas: los temas relacionados a asuntos comerciales son parte de las relaciones internacionales y sus clientes.

3. Generalista: los asuntos comerciales tienen un contexto amplio, por lo que está dentro de la perspectiva política y diplomática.

Como lo menciona Mata (2022), “La diplomacia comercial tiene actividades específicas de promoción comercial y atracción de inversiones, trabajándose mayormente desde la dinámica bilateral y estudiando el valor agregado de las acciones realizadas para promocionar el país en el ámbito comercial y de inversiones.” (p.9)

La diplomacia comercial tiene otro enfoque que es la promoción y atracción del país en el ámbito comercial, se refiera a las exportaciones, importaciones e inversiones que permiten el crecimiento del país y relaciones entre otras naciones.

De acuerdo con Mata (2022), que cita a Berridge y James (2001) la diplomacia comercial son todas aquellas misiones diplomáticas enfocadas en aquellos negocios y sectores financieros domésticos. Es bien cierto que la diplomacia económica y comercial tiene similitudes, pero son conceptos diferentes. Y su principal objetivo es proporcionar información sobre las exportaciones y oportunidades existentes de inversión.

## Ilustración 12

### *Principales actividades de la diplomacia comercial*

<b>Inteligencia Comercial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a información única, confiable e imparcial para el acceso de mercados, a través de una red global de embajadas y otros canales gubernamentales y contactos.</li> </ul>
<b>Imagen País</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta actividad tiene que ver con la imagen del país y la marca país, ambas vitales para el reconocimiento del país. Y especialmente para los negocios de servicios que son intangibles. Pero también para aquellos productos de carácter étnico y para la atracción de inversión extranjera directa.</li> </ul>
<b>Red de contactos y búsqueda socios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediante la participación en ferias comerciales, demostraciones, promoción en tiendas, recepción de líderes de la sociedad local y simposios comerciales y técnicos, se intenta encontrar contactos que apoyen al proceso de promoción y desarrollo de nuevos negocios.</li> </ul>
<b>Manejo de conflictos (Defensa)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maneja conflictos comerciales mediante mecanismos pacíficos como conciliaciones comerciales a fin de evitar que lleguen a instancias judiciales o internacionales. Desde Comercios a comercios (B2B) hasta comercios y gobiernos (B2G).</li> </ul>
<b>Coordinación y logística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las oficinas diplomáticas apoyan y preparan las visitas de los gobernantes domésticos en los países receptores y proveen temas en negociaciones comerciales. Están presentes en la organización de misiones comerciales y visitas de negocios.</li> </ul>

Fuente: Nery Mata Argüello (2022) a partir de Naray (2008)

#### 4.1.2.2 Análisis

Como lo opina Colotta, M.; Degiorgis, P.; Lascano y Vedia, J.; Rodríguez, Á. (2021), las embajadas y consulados con ayuda de los ministerios de relaciones exteriores, comercio internacional e incluso las agencias de promoción son los responsables proveerles a las empresas exportadoras las herramientas necesarias para poder iniciar y continuar su proceso de internacionalización.

De acuerdo con la revisión bibliográfica la diplomacia económica va desarrollada al cumplimiento de las políticas económicas y comerciales. Por otro lado, la diplomacia comercial, está enfocada en la promoción que dan las instituciones públicas y privadas con el propósito de incentivar las exportaciones y la inversión extranjera directa para que se dé el desarrollo de la economía nacional.

Con respecto al caso de las plantas ornamentales, los productores cuentan con la ayuda de PROCOMER y el Ministerio de Relaciones Exteriores, ambas organizaciones sostienen reuniones estratégicas para complementarse y promover al país de manera integral. Con ayuda de PROCOMER, los exportadores tienen la capacidad de participar en las ferias internacionales donde mucho de los exportadores de plantas han logrado darse a conocer a nivel global y han logrado atraer nuevos clientes. además de los otros beneficios como son las capacitaciones que permiten que los exportadores puedan conocer a fondo sobre estos temas.

Los actuales y futuros exportadores de plantas ornamentales deben de apoyarse en PROCOMER, esta institución brinda grandes beneficios e información importante para mejorar los procesos, de esta forma logran capacitarse y tendrán acceso al mercado, además es importante que se investigue los aranceles y barreras arancelarias que tiene el destino con el producto en específico y hacer un estudio de los precios que tiene la competencia.

Como se expone en las referencias bibliográficas, la inteligencia comercial, imagen país, red de contactos, manejo de conflictos y coordinación de logística son actividades importantes de la diplomacia comercial, esto permite mantener una buena relación con los países involucrados en las exportaciones o importaciones, además de crear vínculos importantes con los compradores por medio de ferias comerciales, promociones de tiendas o simposios comerciales. La diplomacia comercial permite desarrollar una promoción correcta con los actores involucrados.

#### **4.2 Unidad de análisis 2: Normativa comercial entre Costa Rica y Estados Unidos**

Cuando existen relaciones comerciales entre países se entiende que hay un tratado, convenio o acuerdos de por medio. Ese es el caso de Costa Rica y Estados Unidos, dentro de esta tesis se va a mostrar la documentación comercial como el Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América y el TLC República Dominicana-Centroamérica-Estados Unidos para evidenciar la importancia de tener una normativa que permita la interacción comercial.

## **4.2.1 Categoría 1: Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América**

### **4.2.1.1 Descripción**

El Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y Estados Unidos, fue el primer tratado firmado entre ambos países, en 1851 se iniciaron las relaciones diplomáticas, al mismo tiempo se logró firmar este tratado que permite que haya una relación entre las dos naciones.

De acuerdo con lo que señala el artículo I del tratado (1851), entre ambas naciones y ciudadanos deberá existir una amistad perpetua, esto significa que mientras exista una relación entre ambos países, debe perdurar el tiempo más largo posible a no ser por factores externos que se tenga que dar por concluida la amistad.

Citando el artículo II, del Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y Estados Unidos (1851):

Habrà entre los territorios de la República de Costa Rica y todos los territorios de los Estados Unidos, una recíproca libertad de comercio. Los ciudadanos y súbditos de los dos países, respectivamente, tendrán libertad para ir, libre y seguramente con sus buques y cargamentos, a todos parajes, puertos y ríos en los territorios antes dichos, a los cuales se permite o se permitiere ir a otros extranjeros, entrar en los mismos y permanecer y residir en cualquiera parte de ellos respectivamente; también para alquilar y ocupar casas y almacenes para los objetos de su comercio y generalmente los comerciantes y traficantes de cada nación, respectivamente, gozarán la más completa protección y seguridad para su comercio; estando siempre sujetos a las leyes y estatutos países respectivamente.

Lo que indica en el artículo II del tratado, es que desde 1851 ambos países gozan de una relación de libertad de comercio, esto ha permitido que a través de los años las exportaciones e importaciones entre los países incrementen. Además de la importancia de que exista una protección

y seguridad comercial (siempre sujeta a la ley), que permita que independencia a la hora de hacer el ingreso en sector de Costa Rica o Estados Unidos. Como se menciona en el tratado de amistad, comercio y navegación (1851), los buques de guerra también tienen la libertad para ingresar a Costa Rica por lo tanto el país no puede imponerse o negarse a que atraquen en los puertos.

Según el tratado (1851), en el artículo V indica lo siguiente:

No se impondrán otros ni más altos derechos ni pagos por razón de puerto, práctico, derecho de salvamento en caso de pérdida o naufragio, ni por razón de algunas otras cargas locales, en ninguno de los puertos de los Estados Unidos, a los buques costarricenses, sino los que únicamente pagan en los mismos los buques de los Estados Unidos; ni en los puertos de la República de Costa Rica se impondrán a los buques de los Estados Unidos otras cargas que las que en los mismos puertos pagan los costarricenses.

Lo que se menciona en el artículo V, es muy beneficioso para ambas naciones, ya que desde que entró en vigor el acuerdo no se cobraron pagos adicionales por ser buques extranjeros. Al existir este tratado los dos países imponen las mismas condiciones entre sí en cuanto costos de navegación en sus puertos.

Citando el artículo VII, del Tratado de la amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y Estados Unidos (1851):

Todo comerciante, comandante de buque, y otros ciudadanos de la República de Costa Rica, gozarán de libertad completa en todos los territorios de los Estados Unidos, para manejar por sí sus propios negocios o para encargar su manejo a quien mejor le parezca, sea corredor, factor, agente o intérprete; y no les obligara a emplear para estos objetos a ninguna otra persona más que las que se emplean por los ciudadanos de los Estados

Unidos, ni estarán obligados a pagarles más salario o remuneración que la que en semejantes casos se paga por ciudadanos de los Estados Unidos...

En este artículo se evidencia la libertad comercial que debe existir en ambos países, para los costarricenses en Estados Unidos como para los estadounidenses en Costa Rica, esto permite que exista una libertad en los territorios siempre y cuando se respeten las leyes y costumbres establecidas por el país.

Como lo comenta el entrevistado 4, el mercado de Estados Unidos prefiere importar a pesar de ser un país económicamente grande:

*“El comercio internacional es dinámico y siendo los Estado Unidos la primera economía, necesita suplirse de una gama de productos que en sus estructuras productivas le resulta más rentable importar.”* (Entrevistado 4)

Según el experto menciona que el tratado impuso una formalidad a las relaciones entre los países:

*“El Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos de América es un acuerdo bilateral que marcó el establecimiento formal de relaciones diplomáticas entre Costa Rica y los Estados Unidos. Fue un paso importante en el reconocimiento mutuo de ambos países como actores en el área internacional.”* (Entrevistado 4)

*“La relación de Costa Rica con los Estados Unidos ha tenido diversas manifestaciones, la firma del acuerdo de amistad comercio y navegación, significó un paso importante para poder iniciar una relación comercial que se extendiera a otras áreas. Por otro lado, es importante tener presente que durante la campaña de 1856-1857, con la invasión de William Walker, las relaciones entre ambos países se tensaron, una vez finalizado el conflicto, ambos países continuaron su marcha y los lazos comerciales y diplomáticos. Considero que mantiene la esencia de la relación comercial, ya que desde su artículo 2 hace mención que ambos países mantendrán una reciprocidad económica, denotando*

*desde entonces un vínculo que con el paso de los años se acrecentó, hasta llegar a la firma del CAFTA, consolidando dichos lazos económicos y políticos.” (Entrevistado 9)*

#### **4.2.1.2 Análisis**

La relación entre ambos países comenzó con la ratificación de este tratado, y por medio de este se logró que existiera una alianza donde las dos naciones son beneficiadas. Costa Rica empezó a formar parte de la lista de socios comerciales de Estados Unidos, lo que lo convierte en uno de los principales países que manejan la economía mundial. Por medio de este tratado, se logró que otras naciones al mismo tiempo quisieran crear lazos estratégicos que permitieran entablar las primeras relaciones con Costa Rica.

Como lo menciona el entrevistado 4, el Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y los Estados Unidos fue la principal herramienta para lograr entablar relaciones comerciales y diplomáticas de manera formal entre los dos países. Por medio de este acuerdo Costa Rica pudo ser mucho más reconocido a nivel global. A raíz del éxito de este tratado se logró que ambos países decidieran fomentar las relaciones y darse a conocer por primera vez. Después de este tratado se negociaron muchos más acuerdos y fortalecimientos de relaciones que permitió que se creara el TLC CAFTA-DR

### **4.2.2 Tratado de Libre Comercio República Dominicana- Centroamérica- Estados Unidos**

#### **4.2.2.1 Descripción**

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (s.f.), el Tratado de Libre Comercio República Dominicana – Centroamérica y Estados Unidos, entró en vigor el 1 de enero de 2009. Como se ha comentado anteriormente en el transcurso de la tesis, este tratado es una de las principales herramientas comerciales que tiene el país, esto define la exitosa relación entre las dos naciones.

Según el experto consultado, los beneficios que tiene Costa Rica al exportar es que se ha logrado mantener una economía abierta que permite que haya una diversificación de productos:

*“Costa Rica en los últimos cincuenta años pasó de un modelo de exportar solamente cinco productos de exportación a más de 4200 al año. Esto es relevante, porque el país ha adoptado un sistema de diversificación de nuestras exportaciones. El caso de las plantas ornamentales es uno de los casos de éxito que se tiene en los Estados Unidos de América.”*  
(Entrevistado 4)

Como lo comenta el experto los tratados de libre comercio son de gran relevancia para el comercio internacional:

*Es relevante, dado que existen reglas claras al comercio internacional, desde elementos como cuánto se paga de arancel, hasta llevar un producto a una disputa comercial en caso de una afectación.”* (Entrevistado 4)

*“Estados Unidos es el principal socio comercial de Costa Rica. De hecho, alrededor del 40% de las exportaciones cada año se destinan a este país. Si bien existen muchas razones que explican esta dinámica comercial, un dato relevante entre la relación de Estados Unidos y CR es la firma y entrada en vigor del tratado de libre comercio conocido como CAFTA-DR lo cual ha promovido las exportaciones libres de arancel (o con aranceles reducidos) para los productos negociados y un aumento en la inversión extranjera directa proveniente de este país.”* (Entrevistado 6)

*“En cuanto al TLC CAFTA-DR, es un acuerdo que ha promovido el comercio internacional y facilitado el acceso al mercado de los Estados Unidos tanto de productos como servicios de la región. Asimismo, con la eliminación o reducción de las barreras arancelarias y no arancelarias, ha fomentado las exportaciones y la diversificación de la oferta comercial de Costa Rica. Este tratado también brinda seguridad jurídica, lo cual permite la atracción de inversiones extranjeras directas a la región, estimulando el crecimiento económico y la creación de empleo.”* (Entrevistado 4)

*“En este caso es poco puesto que aún paga aranceles, y compite con otros países al ingresar a ese mercado, por lo que la competencia es fuerte y depende la calidad del*

*producto. Por la libre economía de Estados Unidos, requiere que los productos que ellos elaboran a menor costo y con volúmenes altos sean vendidos. Ejemplo maíz, cereales o vehículos.” (Entrevistado 8)*

*“La relación entre Estados Unidos y Costa Rica es de larga data, la firma del CAFTA vino a formalizar mediante el instrumento del Tratado de Libre Comercio, una relación que ya existía, y que, con dicho acuerdo, regula mediante un orden jurídico internacional y de aplicación para ambos, la relación comercial. La relación que ambos países tienen va más allá de ser socio comercial, ya que en términos generales se han considerado países amigos, el Tratado regula la parte comercial, sin embargo, la parte diplomática y de cordialidad siempre la han mantenido. El tratado lo que hace es contribuir con estrechar la relación.” (Entrevistado 9)*

Citando el Tratado Libre de Comercio CAFTA-DR en su documento explicativo (2004), por el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, en el capítulo 3: Trato Nacional y Acceso a Mercancías del Mercado:

Establece las reglas que regulan el comercio de mercancías entre las Partes y otorga un tratamiento no discriminatorio a los bienes importados en relación con los nacionales.

Con el objeto de establecer el área de libre comercio, se crea la obligación de las Partes de eliminar progresivamente los derechos arancelarios a la importación de mercancías de la otra Parte y de eliminar otras medidas no arancelarias que restrinjan el comercio. (p.18)

Según el capítulo 3: Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado en la sección B, artículo 3.3 Desgravación Arancelaria menciona lo siguiente:

1. Salvo disposición en contrario en este Tratado, ninguna Parte podrá incrementar ningún arancel aduanero existente, o adoptar ningún arancel aduanero nuevo, sobre una mercancía originaria.

2. Salvo disposición en contrario en este Tratado, cada Parte eliminará progresivamente sus aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias, de conformidad con el Anexo 3.3.

3. Para mayor certeza, el párrafo 2 no impedirá a una Parte centroamericana otorgar un tratamiento arancelario idéntico o más favorable a una mercancía según lo dispuesto en los instrumentos jurídicos de integración centroamericana, en la medida que la mercancía cumpla con las reglas de origen contenidas en esos instrumentos.

Lo que menciona el tratado en el capítulo 3 es de gran beneficio para ambas naciones, esto permite que exista un flujo de las mercancías mucho más sencillo y rápido, pero al mismo tiempo los exportadores e importadores de ambos países tienen la ventaja de no pagar impuestos, esto hace que ambos destinos sean llamativos a la hora de querer internacionalizar sus productos.

En el capítulo 5 del documento explicativo del TLC CAFTA-DR menciona que:

Se establece la obligación de continuar explorando en el futuro nuevas alternativas de cooperación y se crea un compromiso que obligará a las autoridades de aduanas de los países de Centroamérica, de la República Dominicana y de Estados Unidos a negociar un acuerdo de asistencia aduanera mutua a más tardar dentro de los seis meses siguientes a la firma del tratado. (p.73)

Para los países involucrados promocionar las relaciones y/o convenios, tratados o acuerdos es de gran relevancia, esto permite tener una relación mucho más sólida con las naciones involucradas.

De acuerdo con la Real Academia Española (2023), la cooperación internacional es el conjunto de fórmulas jurídicas que permiten generar intereses en común y por ello se crean acuerdos o una colaboración entre países. En este tratado el apoyo que existe entre las naciones involucradas es muy relevante, ya que forman parte de los países miembros y por ende todos tienen objetivos en común.

Como lo afirma el Tratado Libre de Comercio CAFTA-DR en su documento explicativo (2004), por el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, en el capítulo 6: Medidas Fitosanitarias:

Las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias tiene como fin proteger las condiciones de salud de las personas, animales y plantas de las Partes, así como impulsar la implementación del Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial del Comercio. Asimismo, se persigue el establecimiento de un foro en el que se resuelvan problemas comerciales y de esa manera se logre expandir las oportunidades comerciales. (p.19)

Este capítulo es de gran importancia, ya que se necesita que los productos estén en las mejores condiciones para ser exportados, por ello el gobierno junto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería crearon la institución Servicios Fitosanitarios del Estado, que como se ha mencionado anteriormente es la institución encargada de regular el intercambio comercial de productos para la exportación además del control de su calidad y niveles de residuos permitidos en los plaguicidas.

### Ilustración 13

*Costa Rica. Valor de las exportaciones en dólares y distribución porcentual, según principales países, 2021*

Países	Valor	Porcentaje
<b>Total de exportaciones</b>	<b>15 655 259 611</b>	<b>100,00</b>
Estados Unidos	6 607 335 516	42,21
Países Bajos	1 093 154 040	6,98
Guatemala	750 379 229	4,79
Bélgica	749 646 616	4,79
Panamá	633 442 879	4,05
Nicaragua	627 605 592	4,01
Honduras	522 990 310	3,34
China	465 427 527	2,97
El Salvador	407 068 008	2,60
México	370 791 691	2,37
Los demás países <sup>1/</sup>	3 427 418 203	21,89

<sup>1/</sup> Esta categoría agrupa a todos los países que no ocupan los 10 primeros lugares.

Fuente: INEC- Costa Rica. Estadísticas comercio exterior, 2021.

#### 4.2.2.2 Análisis

Como lo señalan los entrevistados y la documentación bibliográfica recuperada, Costa Rica forma parte del comercio internacional y esto se debe a que el modelo de exportación del país cambió a diversificación de productos no tradicionales, ampliando su lista de bienes exportados por Costa Rica. Esto benefició al país y generó una relación comercial entre ambas naciones y se creó el CAFTA-DR, donde se eliminaron ciertos derechos arancelarios y barreras no arancelarias que ayudan a los exportadores e importadores de los dos países.

El Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y Estados Unidos, logró la apertura de nuevos mercados en las exportaciones, esto mejoró la competitividad debido a la reducción, eliminación de aranceles o barreras no arancelarias, además hubo una estabilidad económica y política, que al mismo tiempo generó una atracción de inversión extranjera directa.

De acuerdo como lo mencionan los entrevistados, el Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y Estados Unidos ha sido una herramienta clave para la dinámica comercial que existen entre ambos países, así se logra que se fortalezca su relación no solo comercial sino también diplomática. El TLC es crucial para la economía de estas naciones ya que no solo promueve las exportaciones sino a la vez la Inversión Extranjera Directa.

El acuerdo ha tenido un profundo impacto en la economía y el desarrollo de los países involucrados, para Costa Rica ha sido muy beneficioso la entrada al mercado de Estados Unidos, de esta manera se amplían los productos latinoamericanos en el país con un sello de calidad e innovación. Por medio del tratado, se logró abrir la oportunidad para otros productores, ya que antes solo se exportaban productos tradicionales, con este tratado se amplió la lista de bienes ensamblados en el país y se ha permitido generar una integración comercial y una estabilidad en la región.

Los tratados comerciales tienen un impacto en la economía de los países, al existir convenios de por medio se genera un aumento en el comercio que estimula el crecimiento económico, gracias a estos documentos las empresas son capaces de expandir sus productos a nivel internacional en mejores condiciones de aranceles, barreras no arancelarias y otros aspectos. La importancia aquí es la introducción de productos no tradicionales en el mercado de Estados Unidos, esto permitió estimular la economía de Costa Rica.

### **4.3 Unidad de análisis 3: Tendencias de Mercados y Oportunidades**

#### **4.3.1 Categoría 1: Exigencias del consumidor**

##### **4.3.1.1 Descripción**

Los consumidores de plantas ornamentales tienen una gran variedad de gustos y preferencias que estimula a que haya una importación con el objetivo de tener una amplia gama de plantas y variedades que permiten que exista una demanda todo el año por parte de los compradores estadounidenses.

Según los expertos consultados lo que caracteriza al consumidor estadounidense al comprar productos provenientes de Costa Rica es que tienen un sello de calidad además de la comunidad latina en Florida desean recordar sus raíces:

*“Costa Rica es sello de productos de calidad, pero también se tiene una imagen muy buena del país, como un destino sostenible y que se está impulsando procesos productivos acompañados de la innovación, la biotecnología y por ende la diferenciación.”*  
(Entrevistado 4)

*“Busca algo diferenciador, y que no pueda acceder en el mercado local, usualmente también se abastecen mercados latinos que desean recordar su cultura.”* (Entrevistado 4)

Como opinan Hayk Khachatryan and Hee Jung Choi en su artículo para *University of Florida* (2017), los productos hortícolas pueden brindar muchos beneficios a la vida humana. Se ha demostrado en la literatura de investigación que cerca de las plantas ayuda a mejorar la concentración, estimula la creatividad y acelera el proceso de curación. Además, las plantas que rodean los edificios contribuyen a ahorrar energía al reducir el efecto de la radiación solar en los edificios.

Desde el punto de vista de Khachatryan y Choi (2017), en el 2012 se realizó una encuesta por Internet de *Qualtrics* y *Global Market Insite* donde participaron mil novecientos ochenta y dos panelistas sobre sus preferencias en la compra de plantas ornamentales. Los consumidores eligieron la calidad de la planta como el factor más importante al comprar (47.5% muy importante y 45.1% extremadamente importante), seguido del precio y el color de la planta como el segundo y tercer factor más importante, respectivamente. Las medidas de la demanda de luz, la tolerancia a la sequía, la floración, el tamaño de la planta y el crecimiento garantizado obtuvieron calificaciones entre neutral y muy importante.

De acuerdo con el experto en plantas ornamentales de Primeros en Follaje, la mayor exigencia que tienen sus clientes son los cortes del follaje y sus raíces ya según sus necesidades requieren ciertas medidas:

*“Una de las mayores exigencias que tiene los clientes de liriopes son los cortes, esto se debe a la cantidad de follaje o la cantidad de raíz que se debe cortar, nosotros hace 20 años hemos trazado un mismo corte para sus plantas, nos piden un follaje de 6cm y una raíz de 3 pulgadas. El 90% de nuestras plantas son las que embellecen las áreas verdes, es decir, parques, jardines, condominios entre otros sectores al aire libre.”* (Entrevistado 3)

Como lo señala el experto dentro de los contenedores o envíos hacia Estados Unidos se han identificado plagas, por ello se requiere un esfuerzo mayor para ser encontradas a tiempo.

*“Los retos según el USDA, se ha identificado ciertas plagas en los contenedores (Lepidosaphes- Diaspididae) por lo que requiere un control más fuerte en Costa Rica principalmente en buenas prácticas agrícolas. El año pasado se registró 181 inspecciones, para este año 2023 ya suman 259.”* (Entrevistado 4).

El entrevistador número tres menciona que los retos en las exportaciones de plantas ornamentales son los siguientes:

*“El tipo de cambio del dólar ha sido un reto, ya que es muy cambiante, para el exportador y para el país nos favorece que el dólar este alto, ya que tenemos mejores ganancias. Por eso cuando estuvimos en pandemias y el inicio de la guerra Rusia- Ucrania, estábamos teniendo las ventas muy altas. Otro reto como exportadores a nivel internacional son los cambios en las regulaciones de los agroquímicos, ya que muchos países empiezan a prohibir que se usen ciertos agroquímicos, porque como exportadores debemos siempre seguir la sostenibilidad. Al ser exclusivos con ForemostCo no podemos generar ventas nacionales, ni nuevos clientes al exterior, entonces no podemos hacer más ventas por fuera.”* (Entrevistado 3)

De acuerdo con el experto de Primeros en Follaje, una de las oportunidades de las exportaciones de plantas ornamentales son las siguientes:

*“Las oportunidades que hemos tenido a nivel internacional ha sido gracias a ForemostCo, hemos logrado un catálogo de clientes más altos, nos ha generado un mayor reconocimiento a nivel global por parte de los clientes.*

*También la oportunidad obtención de nuevos productos para desarrollar en las fincas, esto permite que podamos reproducir nuevas variedades de plantas que son enviadas por ForemostCo y nosotros nos encargamos de tener el producto final y se analiza si puede ser ofrecida a otros clientes y se logre vender en el mercado.*

*La oportunidad de ser parte de ForemostCo es bastante favorable, tal vez a nivel nacional no porque no hay ventas, ni nuevos clientes directos, pero a nivel internacional ForemostCo se encarga de tener los clientes, pero siempre existe una consistencia de ventas y es muy favorable para nosotros.” (Entrevistado 3)*

Conforme a lo indicado por el entrevistado 4, los exportadores y el estado tienen diferentes oportunidades para crecer el negocio de plantas ornamentales de Costa Rica a nivel internacional.

*“En cuanto a las oportunidades tenemos las siguientes:*

- 1. Que el sector exportador analice buenas prácticas agrícolas, mismas que han sido brindadas por el USDA en una visita que se realizó en este 2023, misma que fue auspiciada por PROCOMER.*
- 2. Monitorear de manera constante si existen avances en la disminución de intercepciones.*
- 3. Analizar alianzas entre Universidades de Costa Rica con el Estado de la Florida, para analizar potenciales moléculas para erradicar las plagas.*
- 4. Continuar aplicando estándares como la implementación de MPS y Clean Stock Program (el Programa de Certificación de Material Propagativo Sano entre Costa Rica y Estados Unidos).*
- 5. Continuar promoviendo al sector con el driver del 0,03% del territorio mundial, es el hogar del 6% de la biodiversidad global y ofrece a los mercados internacionales más de 200 variedades de plantas y más de 1.200 de flores y follajes, caracterizados por ser especies consideradas exóticas.” (Entrevistado 4)*

Según el experto las tendencias de mercado siempre han existido entre ambas naciones:

*“Las tendencias de mercado entre ambos países siempre van a existir, tendencias de productos naturales, orgánicos y con valores agregados que generen diferenciación.”*  
(Entrevistado 8)

#### **4.3.1.2 Análisis**

Como se comenta por el experto, actualmente Costa Rica tiene un sello de calidad que ha llamado la atención de muchos de los consumidores de plantas ornamentales en Estados Unidos, esto se debe a la imagen que el país ha desarrollado a través de los años como un país sostenible, además cabe mencionar que la Marca País, Esencial Costa Rica, participa en gran parte en el proceso de la internacionalización de los bienes producidos y exportados en el país.

De acuerdo con Esencial Costa Rica (s.f.) la marca país “es una estrategia para posicionar y capitalizar en el mercado internacional la imagen de un país. Busca incentivar la reputación positiva del país por medio del turismo, inversiones o la adquisición de productos a través de las exportaciones.”

Primeros en Follaje poseen un catálogo de plantas que permiten decorar estéticamente los sectores al aire libre, por lo tanto, sus consumidores tienen una principal exigencia en cuando al corte de las plantas. Esta empresa a través de los años ha logrado satisfacer las necesidades que tiene el cliente, por eso es necesario que futuros exportadores de plantas ornamentales escuchen las demandas que tienen sus compradores de esta forma van a tener clientes satisfechos.

Los retos que ha experimentado ForemostCo desde el 2017 al 2022 han sido marcados y evidenciados por medio de sus ventas, de acuerdo con el tipo de cambio del dólar la empresa puede determinar si tendrán un mes con mucho margen de ganancia o no. Al mismo tiempo formar parte de un bróker se limitan de abrir sus puertas a otros compradores.

En cuanto a las oportunidades se evidencia el crecimiento que han tenido como exportadores, y a pesar de no tener clientes directos y que todo sea formalizado a través de ForemostCo, les ha

permitido tener un mercado de ventas regular con los clientes que maneja el distribuidor, manteniéndose en margen con sus ganancias.

### **4.3.2 Categoría 2: Evolución del mercado**

#### **4.3.2.1 Descripción**

Como lo señala Orozco y Rojas (2021), citando a Gessert (2021), las plantas ornamentales han sido utilizadas para embellecer los jardines y zonas al aire libre para mejorar estéticamente su visión. Sin embargo, hoy en día la jardinería es implementada para mejorar la salud mental de las personas, además de que reactiva el sector de las ventas y materiales que se necesitan para el proceso de comercialización.

Según el experto de COMEX el comercio internacional ha sufrido cambios a través de la historia:

*“Al ser el comercio dinámico y cambiante, los hábitos de consumo se modifican de manera permanente. Hoy por hoy tendencias como ready to eat, productos naturales sin ingredientes artificiales, temas de facilidad, metaverso- inteligencia artificial en los procesos, entre otros son los que continuarán conversándose en nuestros entornos.*

*Costa Rica puede y debe continuar con la vanguardia en materia de innovación por medio de nuestro talento, y así seguir aprovechando las ventanas de oportunidades que nos ofrece en este caso Los Estados Unidos de América.” (Entrevistado 4).*

Como se expresa el experto, Costa Rica ha logrado mantener sus exportaciones hacia Estados Unidos como el principal socio comercial en plantas ornamentales:

*“Costa Rica exporta alrededor de 121 millones de dólares y cuenta con 3.600 Ha. Algunas Flores: l ginger, basston, heliconia, mura, anturio, ave del paraíso y agapanto. En follajes está: araleas, cordyline, areca y leatherleaf.*

*De las exportaciones de Costa Rica, el 50% va hacia los Estados Unidos y el 40% a la Unión Europea. Aquí se destacan Holanda (27%), Bélgica (9%) y Alemania el (2%).*

*De los tres tipos de ornamentales producidos en Costa Rica, las plantas representan el 46% de las exportaciones y van dirigidas principalmente a Holanda (44%), a Estados Unidos (23%) y a China (11%).*

*Las flores de corte son el 28% y, de estas, el 87% de las va dirigido a Estados Unidos. Los follajes son el 26% de las exportaciones, de los cuales el 50% va a Bélgica y a Holanda el 41%.” (Entrevistado 4).*

De acuerdo con el experto en logística, el mercado de plantas ornamentales, el mercado evoluciona y las exigencias de los clientes cambian:

*“En cuanto el ingreso de nuevas variedades de plantas o conocidas, muchas de ellas fueron descubiertas en los años ochenta, entonces siguen una misma línea, por ende, una misma línea de mercado. Por otro lado, se puede ver la evolución del mercado interno desde Primeros en Follaje, ya que ForemostCo nos brinda plantas creadas en laboratorios, que provienen de Tailandia, Madagascar con el objetivo de reproducirlas y así lograr entrar a un nuevo mercado y atraer nuevos clientes.” (Entrevistado 3)*

El mercado de plantas ornamentales cambia según las necesidades de los clientes con el objetivo de estar dentro de un mercado más dinámico:

*“El desarrollo de las nuevas variedades genera expectativas a futuro, ya que muchas van bajando el consumo, como productor se desarrolla nuevas variedades para estar en un mercado un dinámico y que de estar forma podamos ser tomados en cuenta como productores costarricenses innovadores.” (Entrevistado 3)*

*“La principal relación comercial de Costa Rica es con Estados Unidos por lo que sí pueden surgir tendencias del mercado que conlleven a la creación de nuevos productos para exportar. Asimismo, siempre hay espacio para expandir las oportunidades, sin embargo, se debe de recordar los exportadores deben de invertir en la innovación para poder integrarse a estas nuevas tendencias de mercado.” (Entrevistado 6)*

Los entrevistados mencionan los siguientes beneficios que tiene la institución PROCOMER para los exportadores de Costa Rica:

1. *“Estudios de mercado.*
2. *Estudios crediticios.*
3. *Capacitaciones.*
4. *Guía para la tramitología.*
5. *Análisis de la demanda.*
6. *Identificación de compradores internacionales.*
7. *Desarrollo de agendas de negocios.*
8. *Participación de Ferias Internacionales.*
9. *Programas con enfoque de sostenibilidad para el proceso de la exportación.”*  
(Entrevistado 4)

*“En este momento mediante PROCOMER y una oficina en Miami están agilizando procesos de los exportadores, principalmente para las PYMES. PROCOMER beneficia dando a los exportadores capacitaciones, convenios, ayuda hasta en recursos no reembolsables que brindan entidades a las Pymes, y este brinda estudios de acceso a mercados.”* (Entrevistado 8)

Según el entrevistado menciona que las mejores recomendaciones para los futuros exportadores de plantas ornamentales son las siguientes:

1. *“Capacitarse en temas de acceso al mercado.*
2. *Investigar aranceles y si existe alguna barrera no arancelaria.*
3. *Analizar precios de la competencia.*
4. *Apoyarse en PROCOMER en su proceso de exportación. PROCOMER dispone más de 27 Oficinas Comerciales en el mundo.”* (Entrevistado 4)

Como lo menciona Monserrat Espinach Rueda (2018) en artículo Estrategia de Negocios para exportar productos agrícolas desde Costa Rica en la Revista Nacional de Administración.

La estrategia es buscar nuevas formas de competir que permitan crear un valor agregado que genere nuevas rentabilidades a una organización, recordando que no es estrategia comprar nuevas máquinas o usar nuevas formas de comunicación con el cliente, ya que esas son necesidades para suplir de una mejor forma lo que requiere el cliente con el producto o servicio que se tiene actualmente. Estrategia es buscar algo nuevo; crear fuentes de valor para la organización que la diferencien tanto de lo que hace actualmente como de la competencia. (p.161)

En la evolución del mercado de productos agrícolas es importante entender las estrategias para poder competir con los demás exportadores. Por esa razón hay que ser un productor innovador, que busque nuevas maneras de agilizar sus procesos y al mismo tiempo transformarlos en una operación mucho más eficiente.

Como exportadores es importante buscar su propio sello, con el objetivo de buscar la diferenciación de las demás empresas, y va a generar una atracción por parte de los clientes y a continuaran consumiendo los productos. Las nuevas ideas son el futuro de los negocios ya que esto les va a permitir mantenerse en el entorno comercial y les genera mayor beneficio a los compradores.

Según Espinach (2018), la estrategia de control de insumos, consumidores o mercado es esencial para identificar que necesita el cliente.

Una empresa debe enfocar su estrategia al control de insumos, consumidores o mercado estratégico, mercado competidor y a la industria relacionada al negocio. Esto implica identificar las necesidades del cliente, lograr una diferenciación de la competencia tener un liderazgo en costos. (p.163)

Los productores de plantas ornamentales deben encontrar sus características que los hace únicos en el mercado, una vez se identifiquen deben prestar atención a lo que los clientes soliciten, y con esto lograr una marca en la competencia y desarrollar sus estrategias para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores:

Como lo menciona Espinach (2018), “la globalización hace que la competitividad sea más agresiva y la única forma de abrir nuevos mercados es aplicando una gestión administrativa que facilite la permanencia en los mercados. Esto se logra a través de la aplicación de un valor agregado al bien o producto, crear una ventaja competitiva a partir de la diferenciación.” (p.175)

Entre las empresas siempre va a existir la competencia, por ello es importante que se dé una innovación constante para lograr abrir y pertenecer a los nuevos mercados y destacar como productores creativos que se adaptan a los cambios conforme a las demandas de los consumidores.

De acuerdo con Espinach (2018), la competencia siempre va a estar presente en el mercado, y la mejor manera de enfrentarla es por medio de la innovación.

Es importante recordar que existen muchos países que pueden ofrecer las mismas condiciones de negociación; por tanto, es necesaria la innovación constante para no perder competitividad y ser líder en costos para tener más ventajas para negociar precios. La clave del éxito exportador agrícola se da al tener un valor agregado del producto y poder ofrecerlo a un mejor precio que la competencia especializándose en lo que se cultiva para un nicho de mercado determinado. (p.176)

#### **4.3.2.2 Análisis**

A través de los años las plantas ornamentales han sido indispensables para el ser humano, ya que además de embellecer los lugares que están al aire libre, también han funcionado para la salud mental de las personas. Según lo que nos mencionan los entrevistados, el mercado ha ido cambiando, ya que los clientes demandan nuevas necesidades, por lo tanto, para los exportadores de plantas significa que deben innovar sus catálogos para satisfacer lo que se demanda.

Como se ha mencionado anteriormente, Estados Unidos es de los principales socios comerciales que tiene el país, esto se puede evidenciar en los datos brindados por el entrevistado 4, donde afirma que el 50% de las exportaciones de plantas van con destino hacia Estados Unidos. Esto permite tener una mejor relación comercial entre ambos países y que se desarrollen nuevos lazos comerciales o tratados que generen mayores beneficios entre ambas naciones.

Dentro de la evolución del mercado también se encuentra la evolución que han tenido las instituciones nacionales relacionadas al comercio, hoy en día PROCOMER brinda muchos beneficios a los productores que quieren dar a conocer sus bienes a nivel internacional. Esto les facilita los tramites y los datos para darse una idea de cómo está hoy en día el mercado.

Como mencionó el entrevistado, para futuros exportadores es muy importante que se informen sobre las capacitaciones que hay de plantas ornamentales, además del uso de los plaguicidas, que indaguen sobre los aranceles y barreras no arancelarias que tiene sus productos hacia el país donde van a exportar, también estar en constante comunicación con PROCOMER para información relevante sobre el proceso de exportación y datos relevantes sobre la competencia.

### **4.3.3 Categoría 3: Ferias Internacionales**

#### **4.3.3.1 Descripción**

Según el Instituto Costarricense de Turismo las ferias internacionales son importantes para atraer nuevos clientes:

Son un espacio que permiten la negociación, promoción, divulgación de productos y servicios a distribuidores intermediarios y al consumidor final... representa una plataforma de comercialización para el sector privado, además de una oportunidad para continuar con el posicionamiento de la marca país en los principales mercados emisores de turistas.

Las ferias han permitido a los exportadores darse a conocer a nivel internacional y formar alianzas entre los participantes y compradores. Las ferias internacionales no estaban permitidas durante pandemia, por lo tanto, PROCOMER realizó ferias virtuales donde estaba gran parte del comercio agrícola.

De acuerdo con Álvaro Piedra, Director de Exportaciones de PROCOMER (2020) comentó sobre la importancia de las ferias comerciales:

La pandemia ha sido todo un reto para todos los países e industrias, sin embargo, en Costa Rica tenemos un sector agrícola sólido, innovador y con buen posicionamiento de sus productos. Por eso estamos aprovechando ese renombre que tenemos y las plataformas digitales para decirle a los mercados internacionales que Costa Rica sigue supliendo al mundo con calidad, frescura, seguridad, pasión, integridad y productos saludables.

Estas ferias virtuales que sugirió la Promotora de Comercio hicieron que los exportadores de productos agrícolas no se quedaran estancados y pudieran presentarle a su mercado meta los bienes que pueden adquirir de exportadores costarricenses. Esto fue una manera de ofrecer apoyo al sector en tiempos de pandemia.

Según el experto consultado en Primeros en Follaje, las ferias internacionales son realizadas por medio de ForemostCo:

*“ForemostCo es quien nos representa en las ferias internacionales, ellos nos dan la representación a través del logo, que nos permite estar aún más posicionados en el*

*mercado, ya que todas las granjas de nuestro bróker poseen logos similares o al menos con los colores de la empresa para identificar que somos parte de los productores con exclusividad. Cuando hay eventos aquí en Costa Rica, enviamos a nuestros funcionarios capacitados para que los clientes puedan conocer más internamente nuestro producto y podemos traer nuevos clientes para nuestra lista.” (Entrevistado 3)*

### **Ilustración 14**

*Participación Primeros en Follaje en ferias internacionales*



Fuente: Primeros en Follaje, 2023

Como lo menciona Mat (2022) las ferias internacionales tienen dos modalidades:

Las especializadas y las ferias generales, sus distinciones son la especificidad de los productos a ser mostrados. En las primeras a un determinado mercado meta y las segundas es la integración general de la oferta exportable. En Costa Rica se organizan dos grandes actividades que son: “Costa Rica Technology Insight”, evento especializado para empresarios del sector TIC y audiovisual y el BTM (Buyers Trade Mission) la actividad de mayor promoción que se realiza en setiembre de cada año con diversos compradores internacionales. (p.47)

Las ferias internacionales especializadas permiten encontrar un mercado meta de una forma mucho más eficiente, ya que solo van a asistir compradores interesadas en productos específicos, sin embargo, va a existir mucha más competencia. Por otro lado, las ferias generales son con productos más variados por ende los compradores tienen un mercado más amplio.

#### **4.3.3.2 Análisis**

Las ferias internacionales permiten a los exportadores posicionarse a nivel global y darse a conocer como productores costarricenses capaces de satisfacer las necesidades que tiene los clientes y cumplir con lo demandado por cada uno de ellos. En estos espacios los productores se relacionan con compradores de otros países que buscan bienes de buena calidad y servicios, las ferias internacionales sirven para crear lazos entre empresas que desarrollen una relación comercial.

Como lo menciona el entrevistado 3, las ferias internacionales han sido de gran ayuda para crear una lista de clientes a nivel global, además el hecho de permanecer dentro de las granjas de ForemostCo, les da gran ventaja porque forman parte de una marca reconocida a nivel mundial. Las ferias forman parte del crecimiento de una empresa productora que quiere iniciar a internacionalizar, para los futuros exportadores de plantas ornamentales es recomendable asistir a estas ferias internacionales para que logren atraer clientes y den a conocer los productos.

### **4.4 Unidad de análisis 4: Estrategias de comercialización**

El cuarto objetivo específico de esta tesis busca distinguir cuáles fueron y son las estrategias de comercialización que utilizó Primeros en Follaje antes, durante y después de la pandemia COVID 19. Esto con el propósito que futuros exportadores de plantas ornamentales puedan utilizar este documento como una referencia para sus propios negocios.

A continuación, se va a observar las respuestas del entrevistado 1 y 3 sobre sus estrategias de comercialización antes, durante y después de la pandemia COVID 19.

#### 4.4.1 Categoría 1: Antes de pandemia COVID 19

##### 4.4.1.1 Descripción

La Real Academia Española (2023) define pandemia como “enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.”

Primeros en Follaje enfrentó la pandemia COVID 19 de manera positiva en cuanto a sus ventas, por ello se consultó las estrategias comerciales antes de este suceso para que este hecho les favoreciera.

El funcionario de Primeros en Follaje, indicó que su experiencia en la exportación hacia el estado de Florida ha sido muy positiva.

*“La experiencia es muy positiva, se creó un enlace, con la compañía más grande dentro de los USA reforzando la plataforma para poder agilizar procesos de ventas y lograr conseguir nuevos clientes.”* (Entrevistado 1)

Según el experto una de las estrategias que utilizaron desde inicios de sus exportaciones fueron cajas de exportación personalizadas para que puedan ser identificados como clientes de ForemostCo:

*“Primeros en Follaje cuenta, con cajas personalizadas donde vienen con el logo de ForemostCo y de nosotros, además contiene la información de dónde vienen cada una de las plantas y cuando llegan a Estados Unidos y ForemostCo inicia con la repartición de las plantas, y en cada uno de sus camiones estamos esto nos da un reconocimiento a nivel mundial, por ser parte de la familia de ForemostCo.”* (Entrevistado 1)

Como comenta el entrevistado 1 la etapa donde la empresa exportadora se vio afectada fue en la crisis del 2009.

*“En el 2008 enfrentamos la crisis mundial inmobiliaria, lo cual hasta el 2013 nos fuimos recuperando poco a poco, ya que el impacto fue bastante fuerte. Sin embargo, debido a que la empresa no estaba endeuda, y los ingresos fueron muy leves, por lo tanto, no se tuvo que despedir a nadie.”* (Entrevistado 1)

De acuerdo con el experto consultado la estrategia de Primeros en Follaje fue aliarse con un bróker para tener un flujo de compra, pago y negocios constantes, de esta forma se evitaron problemas con compradores incómodos.

*“Existe en el mercado como en la mayoría de los casos una gran cantidad de compradores, pero con una fama terrible de no pagar, el hecho de tener una compañía con exclusividad, un flujo y pago constantes, además este enlace nos ha ayudado crecer rápidamente por ser parte de ForemostCo. Hubo una relación de trabajo y familiar, esto garantizó que el negocio tuviera más éxito.”* (Entrevistado 1)

De acuerdo con el experto entrevistado los documentos que el agente exportador necesita son los siguientes:

*“La lista de empaque, esto lo requieren ya que es donde se ubican cuáles son las variedades que se van a exportar, cual es la cantidad de plantas por caja y el total de cajas por variedad, saber cuál es peso de toda la carga e identificar las cajas con códigos que viene marcados en ella. También la factura ya que hace referencia a todo lo que se ha marcado en la lista de empaque y la leyenda especial.*

*Los procesos de documentos especiales son la leyenda especial. Este es un PDF, donde se encuentran todas nuestras plantas que deben de contar con una certificación que nos ayuda a regular que no existan ningún tipo de nematodos(insectos) que pueda llegar a parecer en las plantas. Si el agente exportador recibe la planta y no se encuentra en la leyenda especial, no se puede enviar.”* (Entrevistado 3)

Como lo señala el experto, la competencia en el país es muy rígida porque muchos exportadores producen la misma variedad de plantas:

*“Costa Rica es uno de los países más favorables para practicar la agricultura por sus tierras tan ricas en buenos nutrientes, existen bastante empresas que trabajan con la línea*

*de ornamentales, a nivel nacional la competencia es muy rígida, ya que muchas empresas reproducen lo mismo, y pueden llegar a ofrecer mejores cantidades a un precio menor.”*  
(Entrevistado 3)

El experto menciona algunos consejos para los productores principiantes que estén buscando la internacionalización de sus bienes:

*“Para los productores que deseen iniciar a exportar recomendamos realizar una investigación de mercado, y optar por variedades de plantas con un mercado ya establecido y exponencial, ir a los Tropical Plant International Expo (TPIE), que les permitirá conocer más a sus competidores y también conocer nuevos clientes. Tener un buen bróker que se encargue en la compra de su producto.”* (Entrevista 3)

#### **4.4.1.2 Análisis**

La experiencia del entrevistado de Primeros en Follaje es bastante positiva. Como productor y exportador se puede evidenciar que sus relaciones con el estado de Florida han sido muy beneficiosa, ya que como lo menciona, se creó un enlace con ForemostCo, una empresa fundada en 1987 con más de 30 años de experiencia, que fue la mayor estrategia comercial para así poder tener ingresos fijos y evitar problemas con otros compradores.

Una estrategia interesante para futuros exportadores para tener garantizado un ingreso fijo es por medio de la alianza de un bróker que se va a encargar de ser el comprador de su carga bajo contrato, esto quiere decir que se negocian las condiciones de exclusividad con la compañía y el productor vende de manera directa al bróker, y en el destino el bróker se encargará de distribuir las plantas ornamentales a sus clientes.

La decisión que tuvo Primeros en Follaje en ser parte de las granjas de exclusivas de ForemostCo en Latinoamérica, les permitió tener un reconocimiento a nivel global por la calidad de sus plantas ornamentales. ForemostCo es una empresa que tiene una gran transparencia de donde provienen sus plantas, incluso dentro de su sitio web Primeros en Follaje aparece como uno de los productores exclusivos.

El productor menciona algunas de las recomendaciones que les daría a futuros productores que estén buscando expandir sus bienes, es importante que el sector se sienta apoyado por otras empresas que ya han tenido la experiencia de exportar estos productos, funcionando de guía y motivación para continuar con el proceso de internacionalización.

#### **4.4.2 Categoría 2: Durante la pandemia COVID 19**

##### **4.4.2.1 Descripción**

De acuerdo con SEPSA (2022):

Sobresale en el 2021, la recuperación de los subsectores de flores, follajes, plantas ornamentales, los cuales fueron perjudicados en el 2020 en medio de la pandemia por COVID-19, por la no demanda en el exterior y por los cierres de las fronteras, dichos subsectores crecieron en promedio un 36,2% con relación al 2020 y un 18,3% con respecto al 2019 (prepandemia); siendo el subsector de flores el que registró el mayor crecimiento cercano al 50,0%. (p.3).

La pandemia de COVID 19, afectó a muchas empresas y negocios locales sin embargo como lo menciona SEPSA e incluso Primeros en Follaje a continuación, para ellos fue una situación donde pudieron aumentar sus ventas. Según menciona Godínez (2021), a pesar de la pandemia muchos de los exportadores de plantas se adaptaron a la situación y ofrecieron servicios de compra en línea.

Según el experto para la pandemia durante el 2020 y 2021 sus ventas aumentaron.

*“Durante el año 2021 en la pandemia, las ventas se aumentaron, para el año 2022 a mediados de agosto las ventas bajaron por causa de la recesión económica que se presentó, junto la Guerra de Rusia- Ucrania, pero nunca por temas relacionados al COVID 19.*

*Durante la pandemia del COVID-19, para industria de las plantas ornamentales, nos favoreció, lo cual la producción aumentó considerablemente como las ventas y esto nos benefició mucho.”.*

Como lo menciona el entrevistado 3, la principal razón de esto fue porque a raíz de que las personas permanecieron en sus hogares, esto generó un efecto positivo para el sector de plantas ornamentales:

*“El mercado meta, pasó un mayor tiempo en sus casas, lo cual tuvieron más tiempo de cuidar sus plantas y comprar nuevas variedades y permitió un consumo mayor. Efectivamente esto fue de gran beneficio, si bien muchas compañías tuvieron consecuencias negativas, pero al menos para plantas ornamentales fue positivo.”.*  
(Entrevistado 3).

De acuerdo con el experto consultado, Primeros en Follaje utilizó una la promoción en redes sociales para tener un enfoque directo con los clientes:

*“Una de nuestras estrategias durante la pandemia fue que le dimos un enfoque más directo sobre la promoción en redes sociales, porque antes de pandemia no le invertíamos tiempo a las redes sociales, esto nos funcionó bastante ya que no o permitía convivir ni salir con personas y esto hacía que las personas se vieras atraídas por las plantas y quisieran comprar, además de poder hacer las entregas de los paquetes de plantas al cliente de manera mucho más rápida. Y, por último, hubo una atracción de los productos porque los precios cambiaron por la de la pandemia.”* (Entrevistado 3)

El experto menciona que formar parte de un bróker que está establecido en un país logró que su negocio permaneciera durante pandemia y no se viera afectado negativamente:

*“Primeros en Follaje es parte de ForemostCo, y sin duda por esto logramos mantenernos reconocidos a nivel internacional, por su plataforma y sus promociones que hacen a través de sus redes sociales, sobre las variedades, fincas, equipos de trabajo. Esto nos ha beneficiado a través de años, sin duda recomendaría a futuros exportadores a buscar un bróker que les facilite sus negocios.”* (Entrevistado 3)

Según el experto en logística de Primeros en Follaje, el precio de los materiales para la exportación de plantas ornamentales incrementó:

*“Un aspecto que logramos identificar fue que los materiales que usamos en el día a día empezaron a subir de precio, un ejemplo de esto a nivel nacional fueron los químicos, ya que usamos un productor nacional. Además, de productos que importamos también se notó un incremento en los insumos como bandejas, potes, criadores de semillas. (Entrevistado 3)*

#### **4.4.2.2 Análisis**

Primeros en Follaje no se vio afectada durante la pandemia, como lo menciona el entrevistado 3 el hecho que las personas permanecieran en sus casas permitió que adquirieran más plantas ornamentales para decorar sus jardines y hogares, lo que benefició a los productores/ exportadores, gracias a esto les permitió incrementar sus ventas.

Según Herrera (2022) en su artículo para Rockcontent, es necesario que exista un marketing en las redes sociales, esto permite llegar de una manera más directa y efectiva al público meta al mismo tiempo llama la atención de los consumidores mostrando los productos en línea de una forma más accesible y atractiva.

De acuerdo con el entrevistado 3 durante la pandemia el uso de las redes sociales fue crucial para tener un impacto mayor en los clientes, para futuros exportadores de plantas ornamentales es importante que hagan uso de estas plataformas digitales que permiten tener una relación directa con su público meta y así mantener la satisfacción del cliente.

#### **4.4.3 Categoría: Después de la pandemia COVID 19**

##### **4.4.3.1 Descripción**

A finales del 2021 inicios del 2022 muchas empresas fueron recuperándose, por ende, para la presente tesis se considera estos años como período después de pandemia, ya que muchas de estas compañías habían logrado identificar estrategias, nuevas formas de seguir con sus negocios

y adaptarse a la nueva era. Sin embargo, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (2023), declaró el 5 de mayo 2023 como el fin de la emergencia sanitaria internacional.

Según lo que menciona el experto, a nivel mundial la economía e industria de plantas estaba varada, pero en sentido de proyectos internos.

*“Después de la pandemia alrededor del 2022 se enfrentó una gran crisis, en donde el nivel mundial la economía estaba mal, y la industria de las ornamentales estaba varada, ya que no se estaba construyendo nuevos proyectos, donde nuestras plantas son requerida. Los proyectos que teníamos en su momento eran el de expansión de stock de las variedades que tenemos, el crecimiento de nuevas variedades, ya que ForemostCo, nos envía variedades de plantas para que Primeros en Follaje las reproduzcamos, la creación de nuevos invernaderos para la de plantas inadecuadas.”* (Entrevistado 3)

Como lo menciona el experto en logística, Primeros en Follaje logró mantener su mercado por medio de las 4P y las ferias internacionales, esto hizo que tuvieran un contacto más directo con los clientes:

*“En cuanto a las estrategias vamos muy alineados a las 4P, el precio, plaza, promoción y producto, donde comunicamos el precio al cliente, le demostramos el valor del productor y el porqué del precio, hacemos lo posible para estar en plazas o puntos de venta donde el cliente suele frecuentar y usamos estrategias para la promoción de plantas que sean efectivas para llegar a los clientes potenciales. Gracias a esto hemos logrado estar en una buena posición en el mercado de plantas ornamentales. También por medio de las ferias y shows que se han realizado de manera internacional, nos ayudó a tener nuevos clientes por medio de ForemostCo, tener un mayor contacto directo con el cliente para conocer sus necesidades, preferencias para los tipos de plantas. Logramos obtener un contacto directo a través de las plazas en los eventos y ferias internacionales.”* (Entrevistado 3)

De acuerdo con Espinach (2018) PROCOMER es una entidad clave para los exportadores:

Las herramientas de promoción que ofrece PROCOMER al futuro exportador son claves para el éxito de la negociación. Existen, por ejemplo, la participación a ferias comerciales de productos específicos por sectores involucrados, las misiones comerciales y las agendas de negocios personalizadas. (p.171)

Por otro lado, la autora Espinach (2018) menciona que en ocasiones las ferias comerciales no generan los resultados esperados, además de ser costosas también existe mucha competencia y no siempre se logran cerrar tratos como se espera.

PROCOMER es una institución de gran importancia para los productores que desean internacionalizar sus productos, especialmente por medio de las ferias comerciales, ya que se logra formar nuevas relaciones entre los compradores y vendedores y además les permite crecer y darse a conocer a nivel global.

El experto menciona que formar parte de un proveedor de plantas en otro país ha sido su mejor estrategia después de la pandemia.

*“Formar parte de ForemostCo ha sido la mejor estrategia para mantener un flujo de ventas regular, esto nos ha permitido seguir generando a pesar de la situación que enfrente un país o incluso el mundo como lo fue con el COVID 19”.* (Entrevistado 3)

El exportador menciona que las instituciones encargadas del comercio en el país les han brindado herramientas claves para mejorar sus procesos:

*“PROCOMER y COMEX nos invita a convenciones o capacitaciones de flores y follajes, esto nos permitió conocer más de las nuevas regulaciones a la Unión Europea y a los mercados de Estados Unidos. Servicios Fitosanitarios del Estados nos hace visitas con el objetivo de evaluar y ayudar a la empresa y mejorar en nuestros procesos.”* (Entrevistado 3)

#### **4.4.3.2 Análisis**

De acuerdo con el experto entrevistado, lo que los mantuvo a flote después del 2021 e inicios del 2022 fue permanecer a las granjas de exclusividad de un proveedor o bróker de plantas ornamentales. Es importante considerar esta opción si se desea tener un flujo de ventas regular, de esta forma crear una alianza con un bróker en un país establecido puede ser la mejor opción para enfrentar crisis mundiales.

Al mismo tiempo las ferias realizadas después de pandemia lograron atraer clientes y así mantener una buena relación comercial con compradores de Estados Unidos promoviendo los productos a nivel internacional por medio de ForemostCo.

### **4.5 Unidad de análisis 5: Medidas Fitosanitarias**

Como lo indica la Real Academia Española (2023), el propósito de estas medidas es proteger la salud de las personas:

Una medida sanitaria y fitosanitaria significa ... proteger la vida y la salud de las personas en el territorio del Estado de los riesgos resultantes de enfermedades propagadas por animales, vegetales o productos de ellos derivados, o de la entrada, radicación o propagación de plagas; prevenir o limitar otros perjuicios en el territorio del Estado resultantes de la entrada, radicación o propagación de plagas.

#### **4.5.1 Categoría 1: Funcionamiento de Servicios Fitosanitarios del Estado**

##### **4.5.1.1 Descripción**

De acuerdo con Servicios Fitosanitario del Estado (s.f.), la Dirección y todo el personal de Servicios Fitosanitario del Estado tiene el compromiso de proteger los bienes agrícolas de plagas, ayudar a la protección de la salud humana y medio ambiente, favorecer el desarrollo competitivo del país, de manera eficiente para lograr una mejora en el sistema de gestión de calidad.

Según el experto entrevistado del Servicio Fitosanitario del Estado, la institución es la encargada de proteger los bienes que son causados por plagas:

*“Como Servicio Fitosanitario del Estado tenemos como objetivos proteger los vegetales de los perjuicios causados por las plagas. Evitar y prevenir la introducción y difusión de plagas que amenacen la seguridad alimentaria. Fomentar el manejo integrado de las plagas dentro del desarrollo sostenible. Para exportar se necesita estar inscrito ante el Departamento de Certificación Fitosanitaria, para exportar se debe de solicitar un certificado fitosanitario, y cumplir si tiene otras regulaciones del país de destino.”*  
(Entrevistado 5).

Como lo señala el sitio web de Servicio Fitosanitario del Estado (s.f.), para el 2021 la institución estuvo en el puesto trece en el índice de transparencia:

El Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) obtuvo el puesto #13 en el Índice Nacional de Transparencia en la evaluación del año 2021, y estamos decididos a seguir trabajando para mejorar el servicio que brindamos a los usuarios y ciudadanos, incluyendo el acceso a la información, una mejor y más clara rendición de cuentas, desarrollar actividades y herramientas que nos permitan fomentar la participación ciudadana y, el poner los datos de la institución en los formatos de datos abiertos.” Esto les permite a los exportadores contar con un sitio web donde encuentran las herramientas y documentos necesarios para la gestión de sus trámites de exportación.

#### **4.5.1.2 Análisis**

Los Servicios Fitosanitarios del Estado son de gran importancia para los exportadores de plantas ornamentales ya que para que se dé una exportación exitosa se deben de seguir todos los requisitos que el país importador demanda a las empresas. Es necesario que los productores tengan

un buen manejo de sus plantas para así evitar que se introduzcan y propaguen las plagas en sus cultivos, además de aplicar las medidas correctas para la utilización de plaguicidas.

La transparencia que tiene la institución es muy relevante para los exportadores, ya que les permite contar con una plataforma completa para todas sus preguntas relacionados a las medidas fitosanitarias o requisitos según producto que tienen los países.

## **4.5.2 Categoría 2: Plagas en plantas ornamentales**

### **4.5.2.1 Descripción**

De acuerdo con la Real Academia Española (2023), una plaga es aquella “aparición masiva y repentina de seres vivos de la misma especie que causan graves daños a poblaciones animales o vegetales, como, respectivamente, la peste bubónica y la filoxera.”

Los expertos mencionan que hay muchas probabilidades de que existan plagas dentro del sector agrícola:

*“Dentro de los sistemas de producción agrícola las probabilidades que existan plagas son muy altas, debido factores de clima, cantidad o calidad del alimento, la competencia entre las plagas, la existencia o no de enemigos naturales, el uso racional de plaguicidas, las plantas ornamentales no están exentas de la afectación por plagas. Las plagas no se crean, ya son parte del ecosistema y debido a los factores antes mencionados pueden o no afectar un cultivo.”* (Entrevistado 5).

*“Las posibilidades son altas esto debido a que vivimos en un país de clima tropical en el cual solo existe 2 climas seco y lluvioso, esto hace que las plagas sean de mayor facilidad de propagarse. Un exceso de humedad en el suelo es sinónimo de tener problemas de patógenos en raíz. Días secos hacen que ciertos insectos aparezcan en el cultivo como lo son los ácaros, cochinilla y escama.*

*Una herida generada a la planta por deshierba hace que la posibilidad de que un patógeno ingrese al organismo del cultivo. Las esporas de los hongos y las bacterias lo que necesitan para ingresar a la planta es una apertura y en muchos esto ocurre por daños mecánicos.”* (Entrevistado 9)

Como lo señala el experto una plaga se da depende del manejo que se le dé a la planta:

*“Para que se dé una plaga siempre se va a dar esta relación, donde el hospedante es el cultivo en el cual por manejo bueno a malo existe la posibilidad de que se den condiciones climáticas apropiadas para que el patógeno (enfermedad o plaga) afecte al cultivo. También existen plantas que son propensas a plagas y enfermedades por su morfología y fisiología. Para eso existen formas de poder manejar las plagas con prácticas culturales y de fertilización durante el manejo del cultivo que permiten reducir la incidencia del patógeno. En Primeros en Follaje siempre se vela por hacer el uso correcto de los plaguicidas y monitorear las plantas para evitar que ingresen plagas o pueden ser detectadas a tiempo.”* (Entrevistado 9)

De acuerdo con el ingeniero de Primeros en Follaje, el SFE es el ente encargado de velar por la regulación de plagas:

*“El servicio Fitosanitario del Estado a nivel Nacional, vela porque las plagas y enfermedades a nivel de campo se regulen. Esto con el fin de propiciar al agricultor seguridad en sus cultivos, además dependiendo del país al cual se exporte existen normativas país que por decreto mutuo entre Costa Rica y el país al que se le venda el material vegetativo deben de cumplirse por ejemplo para la venta de Dracenas a USA existe una norma llamada Clean Stock.”* (Entrevistado 9)

El experto en la logística de plantas ornamentales de Primeros en Follaje indica el proceso que ellos tienen para el envío de Liriopes y Agapantos hacia Estados Unidos:

*“Para ambas plantas, el primer proceso es que se recibe la orden de compra de ForemostCo, donde trae los pedidos, lo cual los encargados de campo son determinados para poder sacar dicho pedido, además la planta pasa por dos procesos, planta sucia y planta limpia. El proceso de sucio consta que el producto es arrancado de campo, se lleva a la empacadora, para empezar a prepararlo, realizando sus cortes y tamaños*

*establecidos, se sumerge en Dipping, que nos ayuda a matar y controlar cualquier tipo de insecto que pueda estar escondido, siempre se hace dipping para las plantas. El proceso limpio, empieza cuando se pasa por el Dipping, ya que los siguientes procesos son de pasar a la cámara de frío para que se sequen las plantas la cámara siempre está en once grados Celsius, que es lo requerido.*

*Después que las plantas se sequen pasan a ser contadas y empacadas en las cajas de exportación, para después ser guardadas nuevamente en la cámara de frío, hasta que jueves o viernes que se entrega en el aeropuerto Juan Santamaria, en UPS.” (Entrevistado 3)*

De acuerdo con Servicios Fitosanitario del Estado (s.f.) en su documento de Prácticas de cosecha, postcosecha y empacador Modulo 3:

El “dipping” es un método de desinfección que consiste en sumergir el material vegetal en una mezcla de productos químicos para eliminar o prevenir la presencia de plagas que no hayan sido detectadas durante la inspección o la aparición de síntomas de posibles enfermedades con las que pueda estar contaminado el material desde el campo. (p.29)

#### **4.5.2.2 Análisis**

Como lo menciona el entrevistado 5, las plagas son parte del ecosistema, esto quiere decir que no hay manera de evitar que estas se generen en los cultivos de los liriopes o agapantos, por ello el cuidado y supervisión a la hora de cultivar es de gran relevancia para tener plantas sanas y así que su exportación se pueda dar con éxito.

Todo productor agrícola debe tomar las medidas adecuadas para evitar que se desarrollen patógenos que afecten los cultivos, por ello el buen uso de prácticas culturales y de fertilización durante los cultivos son necesarias para reducir que se generen plagas. Cuando un productor quiere iniciar a internacionalizar sus productos lo mejor es revisar constantemente los cultivos para así identificar cualquier problema a tiempo y controlar la situación

El entrevistado 3 brindó información relacionada al manejo de las plantas, sin embargo, de acuerdo con las instrucciones de Servicios Fitosanitarios, esto permite que la planta no tenga ninguna plaga antes de ser empaquetada, por eso para futuros exportadores esta información va a ser de gran ayuda para sus procesos.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería en su guía de Uso y Manejo de Plaguicidas (2010), indican que lo mejor en estos tipos de trabajo es tener buenas prácticas en el manejo de plaguicidas, por eso mencionan lo siguiente:

1. Asistan a programas de capacitación: antes de iniciar a utilizar plaguicidas la mejor opción es informarse por medio de capacitaciones sobre el uso de estos químicos, algunas de estas capacitaciones son ofrecidas por Servicios Fitosanitarios del Estado (SFE), Agencias de Servicios Agropecuarios (ASA) o el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). También algunos fabricantes de estos plaguicidas o empresas que dediquen a la producción agrícola.
2. Elegir el plaguicida adecuado: antes de empezar a utilizar un plaguicida debe entender cuál es el problema, por ello debe consultar cuales son los permitidos y autorizados por el SFE y el MAG.
3. Leer y comprender la etiqueta y el panfleto: una vez se lea y se comprenda lo que nos indica el producto sabremos cual tiene menos riesgo durante la aplicación.
4. Conocer los equipos de aplicación de plaguicidas: los equipos que se utilicen durante este proceso deben estar en perfectas condiciones y manejarse siempre con cuidado y además usar su equipo de protección personal.
5. Conocer la dosis de plaguicida adecuada para cada caso: nunca se debe aplicar más de lo que indica el panfleto y su preparación debe hacerse al aire libre.
6. Cuidados en la aplicación: se debe de utilizar agua al grado de acidez o PH adecuado, además las personas que hacen estos procesos deben de bañarse y cambiarse de ropa después. Lavarse siempre con agua y jabón antes de comer, fumar, o usar un servicio sanitario.
7. Se debe de dar un control de residuos.
8. Se debe contar con un lugar de almacenamiento y transporte.

9. Lavar los envases vacíos tres veces hacerles un agujero y contactar a la Fundación Limpiemos Nuestros Campos quien se encarga de destruirlos correctamente.
10. Se debe contar con primeros auxilios dentro de la empresa en caso de que alguien se exponga a los efectos de plaguicidas.

### **4.5.3 Categoría 3: Afectación de plagas**

#### **4.5.3.1 Descripción**

Las plantas ornamentales son un producto agrícola y como se ha mencionado están propensas a ser afectadas por plagas, por lo tanto, es común que se generen o propaguen en el proceso de crecimiento. Sin embargo, a continuación, los expertos mencionan cuales son las afectaciones que tiene las plagas para los cultivos e incluso los humanos.

De acuerdo con los expertos las plagas afectan el rendimiento de las plantas ornamentales además de una pérdida económica en caso de los productores:

*“Dependiendo del tipo de plaga puede ocasionar una reducción significativa de los rendimientos o su completa destrucción, en el caso de plagas encontradas en plantas ornamentales para Estados Unidos puede repercutir en se tomen medidas como destrucción de las plantas, su reexportación (o sea que se devuelva a Costa Rica), o un tratamiento fitosanitario, cualquiera de las acciones repercute económicamente en el productor.*

*Al humano las plagas pueden ocasionar reducción de rendimientos y por ende menos cosechas y en casos de cultivos alimenticios escasos y por ende alimentos más caros, así mismo para el control de plagas aumentar la cantidad de agroquímicos y tener alimentos contaminados por plaguicidas que afectan al ser humano.” (Entrevistado 5)*

*“Las plagas afectan al cultivo generándole daños de importancia económica, limitando su crecimiento y a la vez exponiendo el ingreso al país que va a ser exportado.*

*Si una plaga es exportada la Figura fitosanitaria del país al que ingreso la plaga es notificada al Servicio Fitosanitario del Estado de Costa Rica, luego el SFE reporta mediante una boleta al dueño del material que llevaba la plaga y dependiendo del país*

*puede perder la oportunidad de comercializar ese material a ese país en donde fue detenida y destruida la plaga.*

*Al humano es afectado económicamente, ya que si entra una plaga al país y esta se expande y no ha sido reportada en algún cultivo que se siembra en dicho país, sería una nueva plaga con la que debería de combatir y eso representa un costo. También puede ser afectado desde el punto de vista de salud, ya que hay plagas que transmiten bacterias al humano por ejemplo el caracol elefante.” (Entrevistado 5)*

#### **4.5.3.2 Análisis**

La afectación que tienen las plagas en los cultivos de los productores y exportadores son muy grandes, ya que si no es posible controlar una plaga, la única opción es la destrucción de la planta. Por ello, tomar las medidas correctas y seguras a la hora de controlar una plaga es de suma importancia, ya que si no se pueden perder cultivos y las personas están expuestas a plaguicidas que son dañinos para la salud.

Para el ser humano las plagas afectan de manera económica debido a las medidas que se deben hacer para poder combatir las, esto requiere una inversión y trabajo para el exportador (o si fuera el caso al país importador) en eliminar la plaga. Al mismo tiempo si no se hace de manera correcta, afecta la salud de las personas, por la cantidad de plaguicidas que se deben utilizar para combatir este tipo de propagaciones.

En cuanto a los requisitos de importación el entrevistado 5 recomendó visitar el sitio web del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (2023), con el fin de tener todos los requisitos que se necesitan para la importación de ambas plantas ornamentales. Estos son los siguientes:

1. Se requiere un Permiso de Importación.
2. Este producto está sujeto a inspección en el puerto de entrada y a todos los requisitos del Código Federal de Regulaciones de Estados Unidos: Puertos de entrada: Puertos aprobados, notificación de llegada, inspección y denegación de entrada (7 CFR 319.37-8).

3. Todas las plantas para plantar deben ir acompañadas de un certificado fitosanitario original emitido no más de 15 días antes del envío de plantas reglamentadas para plantar desde el país en el que fueron cultivadas.
4. El importador debe notificar (preferiblemente 24 horas antes de la llegada) al Programa de Cuarentena y Protección Vegetal (PPQ) de la llegada del envío enviando uno de los siguientes a la estación de inspección de plantas de PPQ en el puerto de entrada.
5. Presente el producto para su inspección en la Estación de Inspección de Plantas (PIS) del USDA al ingresar. Si un envío llega a puerto sin una estación de inspección de planta, el USDA y el CBP-AS deben aprobar cualquier transferencia o movimiento posterior a un PIS. Los productos importados a través del equipaje de los pasajeros deben enviarse a un PIS. Entregue el producto a un especialista en agricultura de Aduanas y Protección Fronteriza a su llegada a los Estados Unidos. El importador paga los costos de trasladar el producto desde el puerto de llegada al PIS.
6. No debe empacarse en el mismo contenedor que plantas para plantar cuya importación a los Estados Unidos no esté autorizada pendiente de análisis de riesgo de plagas

#### **4.6 Interpretación de datos**

Este apartado es sobre la interpretación general de los datos obtenidos en la investigación. La interpretación de datos es desarrollada con base a la información bibliográfica recopilada y las entrevistas de los expertos para iniciar con el análisis de la presente tesis.

En primera instancia, la unidad de análisis uno muestra que la relación de diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos específicamente entre el Estado de Florida es muy sólida. Gracias a las relaciones comerciales entre ambos países han permitido llegar a ser socios comerciales importantes. Son muchos años de amistad, y a través de los años han logrado entablar lazos de confianza y seguridad para hacer negocios, tanto así que fue necesario establecer una oficina de PROCOMER en Miami Florida, por el alto tránsito de mercancías. En Florida vive una significativa comunidad latina, por ello muchos de los compradores buscan productos relacionados a países ubicados en Latinoamérica.

El desarrollo que tiene el estado de Florida y Costa Rica se debe al alto potencial para hacer negocios, la población latinoamericana que vive en el país ha permitido mantener la demanda de productos provenientes de la región. La ciudad de Miami funciona como un centro de distribución de productos costarricenses. Al existir este intercambio económico ambas naciones se ven beneficiadas, se espera que con el paso de los años la relación continúe.

La segunda unidad de análisis permite explicar brevemente los tratados entre ambos países, la importancia de que se generen relaciones comerciales y que haya una documentación de respaldo de por medio. Estos convenios permiten que Estados Unidos y Costa Rica tengan un área de comercio dinámica para su desarrollo. Gracias al CAFTA-DR Costa Rica inició la comercialización de productos no tradicionales.

Gracias a que existe el TLC entre ambas naciones, los exportadores como importadores de los países se ven beneficiados en temas de aranceles y barreras no arancelarias, haciendo el proceso de comercialización mucho más fácil para ambas partes.

En la unidad de análisis tres se identifican cuáles son las exigencias del consumidor de plantas ornamentales, si ha existido una evolución en el mercado de plantas además de la importancia que tienen las ferias internacionales para los exportadores.

Es necesario que los productos exportados desde Costa Rica siempre tengan un sello de calidad, esto permite que no solo los clientes quieran volver a comprar, sino que como país se deje la huella de que los bienes costarricenses cumplen los estándares y expectativas de los compradores.

Los retos que enfrentan los exportadores de plantas ornamentales es principalmente las plagas, por ende, los productores deben de poner más atención en sus procesos para lograr identificar las plagas a tiempo, hacer el uso adecuado de los plaguicidas para mantener sus cultivos a salvo y evitar la propagación de plagas. Al mismo tiempo un reto importante la adopción de los agroquímicos a nivel mundial, ya que están en constante cambio.

también el tipo de cambio del dólar, ya que si está alto los exportadores tienen muchas ganancias en comparación cuando está bajo.

El mercado siempre está en un constante cambio y los compradores buscan productos innovadores, y la creación de nuevas variedades de plantas ornamentales tienen gran peso en el mercado, puede que muchas de las plantas ya hayan sido descubiertas en los años ochenta y son tan populares que se siguen solicitando, pero otros clientes piden nuevas variedades y de ahí la importancia de estar en constante innovación.

Las ferias internacionales juegan un papel fundamental, no solo para los exportadores de plantas, sino para cualquier otro productor que desee internacionalizar sus bienes. Es por lo que estos espectáculos deben ser una herramienta clave para crear relaciones entre los participantes y compradores.

En cuanto a la unidad de análisis cuatro el exportador Primeros en Follaje brindó sus estrategias de comercialización, antes, durante y después de la pandemia COVID 19. Esto permitió identificar que para tener ventas regulares todo el año a pesar de situaciones como lo fue la pandemia del 2019, la alianza de un bróker es primordial si el objetivo del exportador es mantener un flujo constante.

El hecho de que las personas en pandemia estuvieran más tiempo en sus casas hizo que las exportaciones de plantas ornamentales crecieran y no se vieran afectadas de manera negativa, sin embargo, muchos de los materiales que utilizan incrementaron de precio y fue uno de los temas negativos que tuvieron al enfrentar la pandemia.

Con respecto de la última unidad de análisis, se evidenció la importancia para los exportadores de conocer sobre las medidas fitosanitarias que deben tener sus embarques. Además, se dio a conocer que debido al clima de Costa Rica las probabilidades que existan plagas en plantas ornamentales son mucho más altas, por esto debe existir un uso correcto de plaguicidas para eliminar las plagas de los cultivos.

El Servicio Fitosanitario del Estado es el ente regulador de plagas en el país, los exportadores agrícolas deben tener en cuenta que cualquier información relacionada a este tema debe ir directamente hacia ellos. Si las plagas no son controladas van a afectar los cultivos y

económicamente deben de tomarse medidas en cuanto a plaguicidas, y si esta fue exportada puede hasta perder la oportunidad de comercializar con el país.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después del análisis realizado en el capítulo cuatro, en este apartado se van a desarrollar las conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones. En el transcurso de las conclusiones se van a utilizar las referencias bibliográficas y al mismo tiempo la información recolectada en el proceso de las entrevistas, ya que estos tienen relación con los objetivos de la investigación. Las recomendaciones se basan en el análisis integral de lo desarrollado a lo largo del documento.

### 5.1 Conclusiones

Una vez finalizada la fase de revisión bibliográfica y las entrevistas de la investigación, se puede concluir que la relación entre Costa Rica y Estados Unidos en contexto con el Estado de Florida ha sido muy beneficiosa para ambos países. Esto ha permitido desarrollar las relaciones comerciales entre ellos y como resultado ha generado una alta demanda de plantas ornamentales.

Como se ha mencionado a través del desarrollo de la tesis la diplomacia comercial está relacionada a la promoción de exportaciones en cada país, Costa Rica ha sido un ejemplo de que con el paso de los años se ha logrado expandir las exportaciones con Estados Unidos, además de mejorar las relaciones de diplomacia comercial entre ambas naciones, esto gracias a los productos de calidad e innovadores que hay en el país y satisfacen las necesidades de los consumidores estadounidenses.

La diplomacia comercial entre las dos naciones es una herramienta clave para el éxito del comercio internacional. En este caso no solo Costa Rica es beneficiado de las exportaciones que realiza al estado de Florida, sino que para el mismo país, ya que son gran parte del desarrollo económico mundial de las plantas ornamentales. Se espera que ambas naciones puedan seguir fortaleciendo sus relaciones de diplomacia comercial con el propósito de continuar y aumentar las exportaciones de Costa Rica al estado de Florida de plantas ornamentales.

Con respecto de las relaciones diplomáticas entre Costa Rica y Estados Unidos, se puede observar que estos lazos iniciaron en 1851, desde que se firmó el primer tratado entre ambas

naciones. Con el paso de los años se ha logrado evidenciar la importancia de que exista una relación formalizada por medio de un tratado, esto permite que los lazos sean más fuertes y que las naciones sean respaldadas una por la otra, siendo de gran relevancia para el mundo y la cooperación internacional.

Las relaciones comerciales entre Costa Rica y Estados Unidos son consideradas muy buenas, ya que se ha logrado identificar que Estados Unidos es el principal socio comercial que tiene el país, por lo tanto, esto permite tener una relación muy exitosa que al mismo tiempo ha logrado ser el principal país al que Costa Rica exporta más plantas ornamentales. Esto ha sido gracias al apoyo de diferentes instituciones comerciales como la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica y el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica.

Entre las dos naciones se puede demostrar que las relaciones de amistad son clave para el comercio internacional, esto ha beneficiado a ambos países y ha logrado que por medio de convenios se formen vínculos amistosos que con el paso de los años se vuelven exitosos. Esto se evidencia con aumento del intercambio de bienes entre los dos países además que sus interacciones sean sumamente positivas para el desarrollo económico y comercial. Costa Rica y Estados Unidos son grandes socios comerciales, se espera que entre las dos naciones se desarrollen cada vez más exportaciones de plantas ornamentales.

Como se ha mencionado a lo largo de la tesis, Costa Rica y Estados Unidos tienen documentos importantes que permiten tener las relaciones comerciales que tiene hoy en día. El Tratado de amistad, comercio y navegación de 1851 permitió que se formalizara la relación entre las dos naciones y que Costa Rica después de su independencia fuera reconocida a nivel internacional como un país abierto a las relaciones internacionales. Gracias a la existencia de este tratado permitió que se empezaran a dar conversaciones sobre la política, diplomacia y comercio entre Costa Rica y Estados Unidos, lo que promovió una estabilidad en temas de interés para los países.

El éxito del Tratado de amistad, comercio y navegación entre Costa Rica y Estados Unidos de 1851 facilitó que se creara una amistad fuerte entre los dos países, pero al mismo tiempo logró que con los resultados de este se fomentara la creación de un nuevo tratado muchos años después, que

fue el Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana- Centroamérica y Estados Unidos. Es por lo que, en el 2004, ambas naciones decidieron firmar el TLC que les ofrecería beneficios comerciales a sus exportadores e importadores.

El CAFTA-DR es una de las principales herramientas para el comercio internacional de Costa Rica, por medio de este tratado ha incrementado el desarrollo económico de las naciones involucradas, debido a las condiciones establecidas, las empresas están más dispuestas a exportar e internacionalizar sus productos, esto permite que al mismo tiempo se genere la competitividad entre las empresas en mejorar sus recursos y tecnologías con el objetivo de ser el mejor en el mercado.

El tratado incluye la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias, esto permite aumentar las exportaciones e importaciones y a su vez se genera un crecimiento económico. Al tener la una reducción de barreras arancelarias las empresas se ven beneficiadas y los consumidores obtienen los bienes a un mejor precio. Logran abrir sus productos a nuevos mercados, por ende, les da la oportunidad de expandir sus negocios a nuevos clientes a nivel internacional.

En cuanto a las tendencias de mercado y oportunidades entre Costa Rica y el estado de Florida, se logró identificar que dentro del comercio internacional de estas dos partes siempre se van a existir las tendencias ya que el mercado estadounidense posee cierta inclinación por los bienes producidos en Costa Rica, esto debido al sello de calidad, marca país y por ser un destino sostenible. El consumidor de los Estados Unidos busca productos que no pueda conseguir en su mercado local por ello demandan plantas ornamentales que no pueden ser producidas en Estados Unidos y que les permita decorar sus hogares y espacios al aire libre.

Una tendencia clara fue entre los años 2019 y 2020, como se ha mencionado a lo largo de la tesis, las personas permanecían más tiempo en sus casas, esto generó que buscaran otras actividades recreativas, pero dentro de sus hogares, y una de estas fue decorar sus jardines con plantas ornamentales. Esto permitió que pasaran más tiempo cuidando a las plantas y fue una terapia de relajación y concentración para los momentos de estrés que se vivió durante la pandemia.

Las exigencias del consumidor siempre van a existir, como exportadores se debe tener gran detalle a las necesidades que tienen los compradores y que es lo que prefieren en sus plantas ornamentales, en el caso de Primeros en Follaje la principal exigencia son los cortes de la raíz y follaje, por lo tanto, decidieron establecer un margen de raíz y de follaje en sus plantas que cumplan con los gustos del cliente. Al mismo tiempo, para mantenerse en el mercado es importante ser un exportador innovador y buscar la manera adaptarse a las demandas de los consumidores.

El comercio es dinámico por eso los exportadores deben tener la flexibilidad de adaptarse a las necesidades y gustos de los clientes, esto les va a permitir evolucionar con el mercado de plantas ornamentales y permanecer en tendencia. Además, el crecimiento que han tenido las instituciones y ministerios del comercio deben ser aprovechado por los productores que deseen internacionalizar sus productos, esto les va a permitir desarrollarse de una manera mucho más sencilla con un apoyo institucional que ayuda a los exportadores a crecer su negocio.

Las estrategias comerciales forman parte del éxito de una empresa, y una estrategia comercial efectiva permite que se destaque del resto y sea parte de la competencia, es importante que las empresas sean innovadoras y busquen la manera de diferenciarse. El productor debe estar enfocado en el mercado y sus necesidades, por lo tanto, un exportador de plantas debe tener la capacidad de comprender a sus clientes junto con sus preferencias.

De acuerdo con lo recopilado en la presente tesis, la principal estrategia de comercialización para Primeros en Follaje antes de la pandemia COVID 19, fue darle exclusividad a una compañía distribuidora o bróker de plantas ornamentales en Estados Unidos. Al ser parte de la lista de granjas de la empresa ForemostCo, les permitió mantener un nivel constante de en sus ventas anuales sin problemas de pagos. También les permitió darse a conocer a nivel global.

Durante la pandemia, el productor mencionó que las exportaciones se mantuvieron e incluso incrementaron porque las personas permanecían más tiempo en sus casas y esto les dio la oportunidad de buscar diferentes maneras de entretenerse. Una de las estrategias clave para Primeros en Follaje fue crear una conexión con sus clientes por medio de las redes sociales, ya que

era la mejor manera para llegar a su público meta y exhibir sus productos de una manera mucho más accesible.

Después de pandemia las ferias internacionales fueron primordiales para hacer crecer su lista de clientes, ya que son espacios en donde los productores tienen la oportunidad de exponer sus bienes y darse a conocer. En estos eventos es importante llamar la atención de los compradores e inversores para lograr nuevas conexiones que permitan entablar relaciones permanentes y exhibir sus productos a nivel internacional. Al mismo tiempo ser parte de un bróker es muy beneficioso ya que si ellos asisten las ferias hacen la exhibición de Primeros en Follaje.

La pregunta investigación va desarrollada a los retos y oportunidades de la exportación de plantas ornamentales, dentro de la investigación se logró recopilar datos de la empresa Primeros en Follajes, donde expusieron que uno de los principales retos como exportadores ha sido el tipo de cambio del dólar, si el dólar está alto generan muchas ganancias, pero si baja les afecta en sus ventas. Otro reto importante es la adaptación a los agroquímicos de Estados Unidos, ya que siempre hay cambios en estos productos y deben adaptarse a los que si estén permitidos por el Estado.

Dentro de la exportación de plantas ornamentales surgen diferentes oportunidades, de acuerdo con el experto de Primeros en Follajes una de ellas es tener un catálogo de clientes más amplio para Estados Unidos además del reconocimiento que tiene a nivel global por sus liriopes y sus agapantos. También la oportunidad de la reproducción de nuevas variedades de plantas enviadas por ForemostCo con el objetivo de tener el producto final para el cliente.

La diplomacia comercial tiene una gran intervención dentro de la exportación de plantas ornamentales, el país hace un gran trabajo en la promoción de las exportaciones y la inversión extranjera directa, se puede evidenciar que si no existieran exportadores no existiría una diplomacia comercial. Por lo tanto, esta juega un papel importante ya que facilita y fomenta las relaciones entre los países para que haya un flujo constante de intercambios comerciales.

Para finalizar, la relación en el ámbito de diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos ha evolucionado a través de los años, esto ha permitido llegar al nivel donde se encuentra hoy en día, como uno de los destinos comerciales más importantes. Esto es el resultado de la normativa creada entre los dos países para desarrollar de una mejor manera el comercio y diplomacia internacional. Primeros en Follaje ha logrado establecer una buena relación con ForemostCo, que está ubicado en Florida, han creado vínculo con el estado de Florida, lo que aporta al comercio internacional.

## **5.2 Recomendaciones**

Para poder mejorar la relación de diplomacia comercial entre Costa Rica y Estados Unidos con respecto a las exportaciones de plantas ornamentales se logran identificar una serie de recomendaciones para el sector comercial, agrícola, estudiantil y del estado con base a la investigación realizada.

La primera recomendación va relacionada a la actual relación entre los dos países en el ámbito de diplomacia comercial, se sugiere la creación de una organización o cámara exclusiva para el desarrollo a profundidad de la diplomacia comercial entre Costa Rica y otros países involucrados en la promoción de productos, esto permitiría optimizar los vínculos comerciales entre las naciones, facilitar la obtención de información relacionada a diplomacia comercial entre Costa Rica y otros países.

Para el Ministerio de Comercio Exterior, se propone tener una división de diplomacia comercial con el objetivo de que futuros investigadores en esta área puedan obtener datos sobre Costa Rica y las relaciones entre otros países, para que así puedan acceder a información de primera mano y mejorar la comunicación y obtención de datos relevantes para el país. Esto con el objetivo de mejorar la transparencia del ministerio con la ciudadanía.

Para PROCOMER se aconseja la promoción activa de plantas ornamentales en Estados Unidos, esto permite que el país sea más reconocido en la producción de plantas y que los productores puedan participar de una mejor manera en ferias comerciales, por medio del impulso realizado por la promotora, además de realizar campañas especializadas en la variedad de plantas cultivadas en Costa Rica, y al mismo tiempo aprovechar la publicidad sobre los climas, suelos y sectores para el turismo.

Otra recomendación para PROCOMER es que se encargue de abrir una división para la búsqueda de clientes potenciales de plantas con el objetivo de abrir el mercado de productos no tradicionales a los estadounidenses, de esta forma los exportadores de plantas ornamentales podrán desarrollarles sus ideas innovadoras, bienes y variedades de plantas, también presentar su catálogo a estas empresas lo que permite el desarrollo amplio en el mercado internacional.

Se recomienda que PROCOMER abra una división para los productores locales de plantas ornamentales, donde puedan obtener información básica y exclusiva sobre su sector para el comercio del país, esto será de apoyo para los productores que quieran empezar a internacionalizar sus bienes, con un apoyo directo por parte de las instituciones.

Otra recomendación es para el Ministerio de Comercio Exterior es la actualización del CAFTA-DR, este tratado tiene más de quince años desde que entró en vigor, por lo tanto, se recomienda hacer revisiones con los países involucrados para tener la información al día, de acuerdo cómo vaya evolucionando el comercio internacional. Además de evaluar la posibilidad de continuar negociando los acuerdos bilaterales entre las dos naciones para mejorar el flujo del comercio.

Se propone crear vínculos entre el Ministerio de Comercio Exterior y Estados Unidos, con el propósito de establecer consultas generales sobre problemas relacionados al comercio internacional de plantas ornamentales y productos no tradicionales con el objetivo de cumplir con los estándares de los consumidores del país y adaptación del mercado estadounidense. Esto permitirá crear una relación comercial más sólida y eficaz entre los dos países.

Una recomendación para PROCOMER es incentivar a los productores locales de productos tradicionales que no tienen las suficientes ganancias, a innovar su mercado en otros sectores que se encuentran dentro de la lista de productos exportables a Estados Unidos, con el objetivo de mejorar su situación económica y ampliar su desarrollo en el sector agrícola emprendiendo por medio de las PYMES.

Para COMEX se sugiere facilitar información y capacitación para los productores que deseen internacionalizar sus productos a Estados Unidos, con el propósito de proporcionar datos claros y relevantes según su categoría de productos dentro del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Costa Rica, de esta forma la institución apoyará de manera más efectiva y clara a cada uno de los futuros exportadores.

A CINDE se le recomienda crear campañas publicitarias sobre la inversión extranjera directa en el sector de plantas ornamentales en Costa Rica, esto permitiría abrir puertas a los exportadores a la inversión en el país exclusivamente a este sector.

Se aconseja a PROCOMER y COMEX crear campañas relacionadas a los productos de plantas ornamentales producidos en Costa Rica, utilizando la variedad de plantas, biodiversidad de Costa Rica, la imagen sostenible y marca país, con el objetivo de llamar la atención de clientes a este sector en el mercado del país.

Por otro lado, al sector psicológico/educativo se le propone la utilización de plantas ornamentales en su convivencia diaria, como se menciona en la presente tesis, las plantas funcionan como terapia para las personas lo que permite una mejor concentración, sanación y relajación. Esto generaría resultados positivos, que mejora el bienestar emocional, reduce la ansiedad, al mismo tiempo se genera una conexión con la naturaleza, el uso de estas plantas también inspiraría a las personas a encontrar su lado creativo por medio del arte.

A los productores y exportadores de plantas ornamentales se les recomienda escuchar a sus clientes, entender las necesidades y preferencias que tengan en los tipos y variedades de plantas, una vez tienen la información necesaria, hacer lo posible para cumplir con cada una de las

condiciones establecidas en esas conversaciones, esto les permitirá tener clientes satisfechos y tendrán una relación transparente.

Al mismo tiempo se le sugiere al sector de plantas mantener innovaciones, es decir, buscar la manera de mantenerse en el mercado por medio de la creación de nuevas especies de plantas, de esta forma los clientes tienen la oportunidad de experimentar en diferentes tipos y también expandir sus catálogos.

Es importante que las personas involucradas en este sector asistan a las capacitaciones brindadas por las entidades, por ello se les asesora estar al día con la información proporcionada por las instituciones de comercio como PROCOMER, COMEX, y Servicios Fitosanitarios del Estado, se recomienda asistir a cada reunión, charla o conferencia relacionada a su sector y así adquirir experiencia por parte de expertos.

Para los emprendedores que deseen empezar el negocio de plantas ornamentales se les propone participar de la mano de PROCOMER y Servicios Fitosanitarios en temas de uso de los plaguicidas, estas sustancias son dañinas para la salud de humanos y animales, por lo tanto, hacer el uso correcto de los plaguicidas es una gran responsabilidad, por ello, la capacitación por expertos en el tema es de mucha importancia.

Para los futuros exportadores de plantas ornamentales se les aconseja buscar un bróker o distribuidor/comprador de plantas en un país en específico, esto les permitirá tener una relación mucho más directa, sana y regular en cuanto a las ventas y pagos. Como se menciona en la presente tesis, al ser parte de ForemostCo, les permite formar parte de la publicidad que realicen en sus redes sociales, ferias internacionales. Les abre puertas a nuevos clientes por medio del bróker.

También parte de las recomendaciones a los productores y exportadores es adaptarse a las nuevas formas de evolución de mercado, es decir hacer el uso de publicidad por medio de las redes sociales, buscar maneras innovadoras de atraer clientes, participación de ferias comerciales que expanden los productos a las personas de diferentes maneras.

Se le sugiere al sector de plantas ornamentales formar parte de las ferias internacionales y comerciales realizadas por PROCOMER y otras instituciones, pero también abrir su mercado a las ferias enfocadas en el sector agrícola. Por medio de las ferias se logrará mostrar su catálogo de productos además de crear vínculos con clientes potenciales. A través de la participación de estos eventos los productores podrán evaluar el mercado en el sector encontrar puntos de mejora en su propio negocio.

Para los exportadores de plantas ornamentales se les recomienda compartir sus experiencias y propuestas a los productores principiantes, con el propósito de que tengan una compañía de otras empresas relacionadas a sus bienes, esto permitirá que sientan un apoyo por parte del sector y se motiven a continuar con los procesos.

A los productores principiantes se les aconseja investigar el mercado de plantas ornamentales, revisar los lineamientos y regulaciones para las exportaciones, analizar la competencia de los productos a nivel nacional e internacional. Garantizar que sus plantas tienen un sello de alta calidad para los clientes además hacer el uso adecuado de los plaguicidas para evitar plagas en los cultivos.

Se recomienda a los productores elegir un socio logístico o agente exportador adecuado según su destino y los requerimientos de exportación, además de elegir la forma de transporte más compatible con las necesidades del cliente y de los productos con el objetivo de tener una mejor trazabilidad de las mercancías.

Se sugiere al Ministerio de Agricultura y Ganadería enfocar sus servicios en el área de cultivo de los exportadores de plantas ornamentales, con el propósito de realizar estudios sobre la calidad de la tierra. También realizar asesorías gratuitas especializadas para los productores principiantes para hacer el uso adecuado de los terrenos, plaguicidas, formas de plantación, tipos de climas, suelos entre otros temas relacionados a la producción de plantas ornamentales.

Al sector gubernamental y financiero se le asesora bajar la tasa de interés de los préstamos para las PYMES con el objetivo de incentivar a los exportadores a invertir en sus negocios, de estar

forma podrán internacionalizar sus productos de una manera mucho más fácil gracias a los beneficios financieros otorgados por diferentes entidades bancarias.

Se le recomienda al sector gubernamental tener un plan para la mejoría de aeropuertos utilizados para la exportación, esto incentiva a los agentes exportadores y productores a tener exportaciones con las infraestructuras necesarias.

Para finalizar, se le recomienda a estudiantes o profesionales interesados que continúen investigando las relaciones entre Costa Rica y Estados Unidos, en el caso de plantas ornamentales, pues se podrían seguir analizando otros mercados y relaciones, además de esta forma apoyar al sector que no es tan apoyado como lo es el sector de productos tradicionales. Al mismo tiempo se les recomienda a los futuros investigadores utilizar este documento como guía para sus indagaciones de plantas ornamentales en el caso de Costa Rica y Estados Unidos, el trabajo posee antecedentes y hallazgos relevantes que pueden fundamentar nuevas investigaciones contribuyendo al crecimiento del sector.

### Bibliografía

- Belina, Z. (2019). Commercial diplomacy as an instrument for enhancing national economy internationalization: the case of the Republic of Serbia. [Tesis de Doctorado, University of Ljubljana, Eslovenia] [http://dk.fdv.uni-lj.si/doktorska\\_dela/pdfs/dr\\_bellina-zeljko.pdf](http://dk.fdv.uni-lj.si/doktorska_dela/pdfs/dr_bellina-zeljko.pdf)
- Bendek, L., Córdova C. y Maza, A. (2003). Propuesta de un plan estratégico para los productores de plantas ornamentales y follajes de el salvador interesados en exportar a Holanda. [Tesis de Licenciatura, Universidad Dr. José Matías Delgado.] [https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/AEM/A\\_DBP0001143.pdf](https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/AEM/A_DBP0001143.pdf)
- Botella E. (2012). El modelo agrario costarricense en el contexto de la globalización (1990-2008): oportunidades y desafíos para reducir la pobreza rural. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*. <https://www.redalyc.org/pdf/296/29623256001.pdf>
- BTM. (s.f.). Liriope Super Blue. Recuperado de <https://showroom.btmcr.com/en/product/liriope-super-blue/>
- CEPAL. (1993). Centroamérica: el fomento de las exportaciones de frutas, hortalizas y plantas ornamentales: resumen ejecutivo. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/23769>
- Chávez. J. (s.f.). ¿Qué es el transporte en logística? Importancia y objetivos. *CEUPE Magazine*. <https://www.ceupe.com/blog/transporte-en-logistica.html>
- Chávez, J. (s.f.). ¿Qué es una Lista de empaque? Características, importancia y ejemplo. *CEUPE MAGAZINE*. <https://www.ceupe.com/blog/lista-de-empaque.html>
- Coral, D. (2016). Guía para hacer una revisión bibliográfica. *Universidad el Bosque*. <https://lpl.unbosque.edu.co/wp-content/uploads/09-Guia-Revisio%CC%81n-bibliografica.pdf>

- Colotta M, Lascano, J y Rodríguez Ángeles. (2021). *Manual de relaciones internacionales*. Editorial Teseo. Recuperado de <https://www.teseopress.com/manualderelacionesinternacionales/chapter/capitulo-ix-relaciones-economicas-internacionales-y/>
- Embajada de EE.UU. en Costa Rica. (s.f.). Relaciones Estados Unidos – Costa Rica. Recuperado de <https://cr.usembassy.gov/es/our-relationship-es/policy-history-es/>
- Esencial Costa Rica. (s.f.). ¿Qué es la marca país? Recuperado de <https://www.esencialcostarica.com/marca-pais/que-es-la-marca-pais/>
- Espinach, M. (2018) Estrategia de Negocios para exportar productos agrícolas desde Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*. Volumen 9 (1) 161, 163, 175, 176. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/2107/2471>
- ForemostCo. (2023). Agapanthus. Recuperado de <https://online.flippingbook.com/view/134755/2/#zoom=true>
- ForemostCo. (s.f.). Primeros en Follaje. Recuperado de <https://www.foremostco.com/index.php/primeros-en-follaje/>
- Gardeners Word Magazine. (s.f.). Agapanthus 'Peter Pan'. Recuperado de <https://www.gardenersworld.com/plants/agapanthus-peter-pan/>
- Georgia Ouzounidou (2022). Genetic Structure of the Liriope muscari Polyploid Complex and the Possibility of Its Genetic Disturbance in Japan. *MDPI Open Access Journals*. <https://www.mdpi.com/2223-7747/11/22/3015>
- Gilman, E. (2015). Liriope Muscari 'Evergreen Giant' Evergreen Giant Lilyturf. *University of Florida*. <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FP348>
- Gilman, E. (2015). Liriope Spicata Creeping Lilyturf. *University of Florida*. <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FP350>

Gilman, E., Klein, R., Hansen, G. (2018). Agapanthus Orientalis: Agapanthus, African Lily, Lily Of The Nile. *University of Florida*. <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FP018>

Godínez, J. (2018). Guía de exportación de plantas ornamentales a la República Popular de China para PROCOMER. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica.] <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/5009/1/42213.pdf>

García, A. (2010). Boletín Económico de ICE N° 3000 <https://revistasice.com/index.php/BICE/article/view/4999/4999>

González, R. (2011). Diferentes Teoría de Comercio Internacional. *Información Comercial Española, ICE. Revista de economía Núm. 858*. <http://vonhumboldt.org/paper/Blanco%20-%20resumen%20teorias%20comercio%20internacional.pdf>

Guzmán, L. (1982). Las Fuentes Secundarias. *Universidad de Costa Rica*. <https://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000169.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. Mc Graw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2022). *Estadísticas del Comercio Exterior 2021*. [https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-11/reCOMEX-defi2021\\_0.pdf](https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-11/reCOMEX-defi2021_0.pdf)

Instituto Costarricense de Turismo. (s.f.). Ferias Internacionales. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/ferias->

internacionales.html#:~:text=Tanto%20a%20nivel%20internacional%20como,intermediarios%20y%20al%20consumidor%20final.

Khachatryan, H y Jung H. (2017) Factors Affecting Consumer Preferences and Demand for ornamental plants. IFAS, University of Florida. <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FE938>

Masías, J. (2003). Promoción de la Exportación de Flores de la Sierra Piurana. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura.] [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1458/AE\\_237.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1458/AE_237.pdf?sequence=1)

Mata N. (2022). Mecanismos de promoción comercial y atracción de inversiones en el ejercicio de la diplomacia comercial y económica de Costa Rica. Administración Solís Rivera (2014-2018). [Tesis de Maestría, Universidad de Costa Rica.] <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/87456>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Gobierno de España. (2021). Ficha de Comercio exterior. Recuperado [https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/ministerio-exterior/america-central-caribe/fichacomercexterior\\_cr\\_tcm30-85198.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/ministerio-exterior/america-central-caribe/fichacomercexterior_cr_tcm30-85198.pdf)

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2007). Caracterización Cadena Local Plantas Ornamentales. Recuperado de <https://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/E16-9303.pdf>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2022) *Informe Comercio Exterior del Sector Agropecuario 2020-2021*. Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. [http://www.sepsa.go.cr/docs/2022-001-Comercio\\_Exterior\\_2020-2021.pdf](http://www.sepsa.go.cr/docs/2022-001-Comercio_Exterior_2020-2021.pdf)

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2010). Uso y manejo de plaguicidas. Guía BPA 2. <https://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/T01-10313.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.) Atracción de Inversión Extranjera. <https://www.comex.go.cr/inversion-extranjera-directa>

<https://www.sfe.go.cr/SitePages/QuienesSomos/InicioQuienesSomos.aspx>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2022). Comercio de Bienes. Exportaciones. Participación de las exportaciones tradicionales y no tradicionales 2007-2021.

<https://www.comex.go.cr/estad%C3%ADsticas-y-estudios/comercio-bienes/exportaciones/>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2022). Estadísticas y estudios. Inversión Extranjera Directa. <https://www.comex.go.cr/estad%C3%ADsticas-y-estudios/inversi%C3%B3n-extranjera-directa/>

Ministerio de Comercio Exterior. (2022). Ley de Presupuesto. <https://www.comex.go.cr/media/9146/ley-de-presupuesto-2022.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior Costa Rica. (2019). Política de Comercio Exterior e Inversión de Costa Rica. Recuperado de <https://www.comex.go.cr/media/7653/anexo-1-dm-pol-cei-pol%C3%ADtica-de-comercio-exterior-e-inversi%C3%B3n-de-costa-rica.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2004). *Tratado Libre Comercio República Dominicana- Centroamérica y Estados Unidos. Documento explicativo.* <https://www.comex.go.cr/tratados/cafta-dr/>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2022). Sector: Flores y plantas ornamentales. Recuperado de [https://www.comex.go.cr/media/9436/15-floresplantasecu\\_msc\\_-web.pdf](https://www.comex.go.cr/media/9436/15-floresplantasecu_msc_-web.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). TLC República Dominicana- Centroamérica- Estados Unidos. Recuperado de <https://www.comex.go.cr/tratados/cafta-dr/>

Ministerio de Comercio Exterior Costa Rica. (s.f.). Transparencia. Recuperado de <https://www.comex.go.cr/transparencia/acercade/>

Organización Mundial del Comercio. (2015). Acuerdo sobre Facilitación de Comercio. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/20y\\_s/wto\\_tradefacilitation\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/20y_s/wto_tradefacilitation_s.pdf)

Organización Mundial del Comercio (s.f.) Aranceles. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm)

Organización Mundial del Comercio. (s.f.) La OMC. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/thewto\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm)

Organización Panamericana de la Salud. (2023). Se acaba la emergencia por la pandemia, pero la COVID-19 continúa. Recuperado de <https://www.paho.org/es/noticias/6-5-2023-se-acaba-emergencia-por-pandemia-pero-covid-19-continua#:~:text=Por%20lo%20tanto%2C%20declaro%20con,amenaza%20para%20la%20salud%20mundial%E2%80%9D>.

Orozco, J y Rojas L. Problemas asociados al manejo de la flora ornamental y la jardinería en Costa Rica *Revista Trimestral sobre la Actualidad Ambiental*. <https://www.ambientico.una.ac.cr/wp-content/uploads/tainacan-items/5/36721/010-Chacon-Rojas.pdf>

Pacheco, L. y Pereira, A. (2022). Foreign Presence and Export Performance: The Role of Portuguese Commercial Diplomacy. *Taylor & Francis*. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/08853908.2021.1907262?needAccess=true&role=button>

Plantas de mi Tierra. (s.f.). Liriope Super Blue. Recuperado de <https://plantasdemitierra.com/variedades/liriope-super-blue/>

Plant Care Today. (s.f.). Liriope Muscari Care: Learn To Grow Giant Evergreen Lily Turf. Recuperado de <https://plantcaretoday.com/liriope-muscari.html>

Plants Management Australia. (s.f.). Agapanthus Baby Pete. Recuperado de [https://www.pma.com.au/Plant/Plant.cshtml?plant\\_id=1132626943](https://www.pma.com.au/Plant/Plant.cshtml?plant_id=1132626943)

Presidencia de la República de Costa Rica. (s.f.). Exportación de plantas ornamentales crece en un 31% este año. Recuperado de <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/07/exportacion-de-plantas-ornamentales-crece-en-un-31-este-ano/>

PROCOMER. (2021). Blog: Estados Unidos, un mapa sobre el potencial exportador a este mercado. Recuperado de <https://www.procomer.com/noticia/blog-estados-unidos-un-mapa-sobre-el-potencial-exportador-a-este-mercado/>

PROCOMER. (2021). Sector de plantas, flores y follajes de costa rica busca abrir oportunidades en mercado europeo. Recuperado de <https://www.procomer.com/noticia/comprador-internacional-noticia/sector-de-plantas-flores-y-follajes-de-costa-rica-busca-abrir-oportunidades-en-mercado-europeo/>

PROCOMER. (2023). Costa Rica Expone Variedad e Innovación d plantas ornamentales en IPM Essen 2023. Recuperado de <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/costa-rica-expone-variedad-e-innovacion-de-plantas-ornamentales-en-ipm-essen-2023/>

PROCOMER. (2020). Feria virtual United Fresh Live abre oportunidades a exportaciones agrícolas. Recuperado de <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/feria-virtual-united-fresh-live-abre-oportunidades-a-exportaciones-agricolas/>

PROCOMER. (s.f.) ¿Qué es PROCOMER? Recuperado de <https://www.procomer.com/sobre-nosotros/>

Real Academia Española (2023). Bróker. En el diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/br%C3%B3ker>

Real Academia Española. (2023). Cooperación Internacional. Diccionario panhispánico del español jurídico. <https://dpej.rae.es/lema/cooperaci%C3%B3n-internacional>

Real Academia Española. (2023). Comercio Exterior. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dpej.rae.es/lema/comercio-exterior>

Real Academia Española. (2023). Diplomacia. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dle.rae.es/diplomacia>

Real Academia Española. (2023). Factura. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dle.rae.es/factura>

Real Academia Española. (2023). Medida fitosanitaria y sanitaria. Diccionario panhispánico del español jurídico. <https://dpej.rae.es/lema/medida-fitosanitaria-y-sanitaria>

Real Academia Española. (2023). Logístico, ca. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dle.rae.es/log%C3%ADstico>

Real Academia Española. (2023). Pandemia. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dle.rae.es/pandemia>

Real Academia Española. (2023). Política Exterior. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dpej.rae.es/lema/pol%C3%ADtica-exterior>

Real Academia Española. (2023). Relaciones diplomáticas. En el diccionario de la lengua española. <https://dpej.rae.es/lema/relaciones-diplom%C3%A1ticas>

Real Academia Española. (2023). Transporte. En el diccionario de la lengua española.  
<https://dle.rae.es/transporte?m=form>

Rodríguez, F. (2014). Diplomacia cultural. ¿Qué es y qué no es? *Revista Espacios Públicos*. (37,47) <https://www.redalyc.org/pdf/676/67642415002.pdf>

Ross, H. (s.f.). How to Grow and Care for Agapanthus. Recuperado de <https://www.hgtv.com/outdoors/flowers-and-plants/flowers/agapanthus-african-lily>

Ruël y Zuidema. (2012). The Effectiveness of Commercial Diplomacy; a survey among Dutch Embassies and Consulates. (No. 123). *Ingrid d'Hooghe & Ellen Huijgh*.

[https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/6832106/20120504\\_cling\\_research\\_artikel\\_discussionpaperindiplomacy\\_123\\_ruel\\_and\\_zuidema%5B1%5D.pdf](https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/6832106/20120504_cling_research_artikel_discussionpaperindiplomacy_123_ruel_and_zuidema%5B1%5D.pdf)

Ruíz de Angulo, J. (s.f.). Liriope muscari. Una especie para zonas de sombra. Recuperado de <https://www.agromatica.es/liriope-muscari/>

Ruíz, H. (s.f.). Algunos datos relevantes del Comercio Exterior de Costa Rica. *Universidad Estatal* *a* *Distancia*.

<https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/boletines/Comercio%20Exterior%20de%20CR%20por%20HRH.pdf>

Sánchez, P. (2013). La diplomacia comercial en el centro de la diplomacia económica española. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*. file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ElDiplomaComercialEnElCentroDeLaDiplomaciaEconomic-4182260.pdf

Sarquis, A. (2002). *Barreras Arancelarias y No Arancelarias*. [Congreso de Relaciones Internacionales]

<https://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf>

Servicios Fitosanitarios del Estado (s.f.). Consulta de Leyendas para Certificación Especial. Recuperado de <https://app.sfe.go.cr/consultadeleyendas/>

Servicios Fitosanitarios del Estado. (s.f.). ¿Qué hace el Servicio Fitosanitario del Estado?

Recuperado de <https://www.sfe.go.cr/SitePages/QuienesSomos/InicioQuienesSomos.aspx>

Sistema de Naciones Unidas:

Tratado de Amistad, Comercio y Navegación con Estados Unidos. Estados Unidos de América y la República de Costa Rica. 10 de julio, 1851. Recuperado de

[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6144&nValor3=6529&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6144&nValor3=6529&strTipM=TC)

Sistema de Naciones Unidas: Tratado de Libre Comercio Centroamérica - Estados Unidos - República Dominicana. 1 enero 2009. Recuperado de [http://www.sice.oas.org/trade/cafta/caftadr/caftadrin\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/trade/cafta/caftadr/caftadrin_s.asp)

Slack, D. (2022). Liriope Muscari Care: Learn To Grow Giant Evergreen Lily Turf. Recuperado de <https://www.sicim.info/news/2022/3/3/indiana-invasive-species-awareness-week-monkey-grass-liriope-spicata>

U.S. Department of Agriculture. (2023). Admissible Herbaceous Plants for Planting, Family Amaryllidaceae from PCN Countries except the Netherlands. Recuperado de [https://acir.aphis.usda.gov/s/acir-document-detail?rowId=a0j3d000000UDPDAA4&Document\\_Type=Commodity%20Import%20Requirements](https://acir.aphis.usda.gov/s/acir-document-detail?rowId=a0j3d000000UDPDAA4&Document_Type=Commodity%20Import%20Requirements)

U.S. Department of Agriculture. (2023). Admissible Herbaceous Plants for Planting, Certain Genera of Order Asparagales from PCN Countries. Recuperado de [https://acir.aphis.usda.gov/s/acir-document-detail?rowId=a0jt000001BjPxRAAV&Document\\_Type=Commodity%20Import%20Requirements](https://acir.aphis.usda.gov/s/acir-document-detail?rowId=a0jt000001BjPxRAAV&Document_Type=Commodity%20Import%20Requirements)

Visser, R. (2017). The role of commercial diplomacy in relation to international trade. [Tesis de Doctorado, Deakin University.] [https://dro.deakin.edu.au/articles/thesis/The\\_role\\_of\\_commercial\\_diplomacy\\_in\\_relation\\_to\\_international\\_trade/21111562/1](https://dro.deakin.edu.au/articles/thesis/The_role_of_commercial_diplomacy_in_relation_to_international_trade/21111562/1)

## APÉNDICES

En este apartado se encuentran las preguntas realizadas a los profesionales que fueron utilizadas como guía para los entrevistados. Están divididas según el área de conocimiento, además fueron entrevistas abiertas por lo tanto las preguntas solo son parte del marco general que fueron abarcados.

Productor y exportador Primeros en Follaje S.A

1. ¿Cómo ha sido su experiencia con la exportación de plantas ornamentales a Estados Unidos?
2. ¿Cuáles son los principales retos que ha tenido como exportador?
3. ¿Cómo ha sido el acceso a la información por parte de las instituciones nacionales sobre la exportación de plantas ornamentales?
4. ¿Considera que PROCOMER brinda las herramientas necesarias para los exportadores de plantas ornamentales? Si su respuesta es sí cuales han sido y si su respuesta es no que recursos necesitan. ¿Tienen sugerencias?
5. ¿Por qué tienen exclusividad con ForemostCo y que los llevó a tomar esta decisión?
6. ¿Cuáles son los tipos de plantas exportadas a Estados Unidos específicamente al estado de Florida? ¿Cada cuanto exportan estas plantas?
7. ¿Cuáles fueron las ventas de exportaciones hacia el estado de Florida para los años 2017 al 2022? ¿Cuáles plantas ornamentales tuvieron mayor ganancia?
8. ¿Cómo afectó la pandemia COVID 19 en las exportaciones del 2020 al 2022? ¿Cuáles fueron sus estrategias?
9. Durante este periodo lograron mantener las exportaciones los mismos niveles que los años anteriores o hubo algún movimiento.
10. ¿Cuál es el proceso de exportación de los Liriopes? ¿Cómo van empaquetados? ¿A cuál temperatura deben ser exportados?
11. ¿Cuál es el proceso de exportación de los Agapanto? ¿Cómo van empaquetados? ¿A cuál temperatura deben ser exportados?
12. ¿Cómo es el proceso de documentación en origen hacia Estados Unidos?

13. ¿Cuáles documentos necesita en agente exportador para enviar su carga a el Estado de Florida?
14. ¿Cuáles estrategias de promoción han utilizado para la exportación de estos tipos de plantas ornamentales?
15. ¿Cuáles fueron sus estrategias durante y después de Covid 19 para mantener las ventas de Agapanto y Liriopes?

#### Internacionalistas y diplomáticos

1. ¿Qué papel juega el TLC con Estados Unidos en a la exportación de plantas ornamentales?
2. ¿Por qué Estados Unidos siendo un país tan grande necesita exportar plantas ornamentales?
3. ¿Nos podría mencionar datos importantes sobre la relación entre Costa Rica y Estados Unidos, específicamente el Estado de Florida?
4. ¿Qué papel juega la diplomacia comercial en las exportaciones de Costa Rica a Estados Unidos?
5. ¿Cómo describiría las relaciones diplomáticas y comerciales entre Costa Rica y el estado de Florida?
6. ¿Considera que entre Costa Rica y Estados Unidos existen o pueden surgir tendencias de mercado y oportunidades?

#### Expertos en comercio internacional

1. ¿Cuáles considera que son los retos y oportunidades que tiene Costa Rica al exportar plantas ornamentales a Estados Unidos específicamente en el Estado de Florida?
2. ¿Cuáles son las tendencias de mercado y oportunidades que tiene la exportación de plantas ornamentales?
3. ¿Cuál es el mercado internacional de plantas ornamentales? ¿Cuáles son los principales países importadores de plantas cultivadas en Costa Rica?
4. ¿Qué recomendaciones les dan a los productores que quieren iniciar a exportar sus plantas ornamentales?
5. ¿Qué beneficios brinda PROCOMER a los exportadores de plantas ornamentales?

6. ¿Considera que la diplomacia comercial juega un papel importante en la exportación de plantas ornamentales a Estados Unidos especial al Estado de Florida?
7. ¿Nos podría brindar datos importantes sobre la exportación de plantas ornamentales de Costa Rica al Estado de Florida en Estados Unidos?

#### Ingenieros Agrónomos y Servicios Fitosanitarios

1. ¿Cuáles son las mejores condiciones climáticas y de suelo para la plantación de liriopes y Agapantos?
2. ¿Cuáles son las probabilidades de que se desarrollen plagas en las plantas ornamentales? Podría mencionar ejemplos.
3. ¿Cómo se crean las plagas en las plantas ornamentales?
4. ¿Cómo afectan las plagas en las plantas ornamentales y que sucedería si una plaga es exportada en plantas ornamentales hacia Estados Unidos? ¿Como afectaría esto al humano y cuál sería el proceso por seguir?
5. ¿Cuáles son los requisitos cuarentenarios que pide Estados Unidos para la importación de plantas ornamentales?
6. ¿Que solicita Estados Unidos para importación de liriopes y agapantos a Servicios Fitosanitarios del Estado quien es el encargado de certificar que estén libres de plagas o enfermedades?
7. ¿Cómo se cuidan los liriopes y agapantos para que las plantas pueden ser certificadas como libres de plagas o enfermedades? ¿Cuáles son esos cuidados que tiene Primeros en Follaje con las plantas?
8. ¿De qué se encarga Servicios Fitosanitarios del Estado MAG?
9. ¿Cuáles son los requisitos que tiene el Estado de Florida para la importación de plantas ornamentales desde Costa Rica?
10. ¿Existe alguna regulación por parte de Servicios Fitosanitario del Estado?
11. ¿Aproximadamente cuantos exportadores de plantas ornamentales existen en Costa Rica y donde están distribuidos?