

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL  
DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

Escuela de Ciencias Económicas  
Carrera de Comercio Internacional

Potencial comercial que presenta el aceite de Palma Africana  
costarricense para ser comercializada en el mercado mexicano al  
primer trimestre del 2018

Modalidadde TesinaparaOptar porelGradoDeBachillerato

Autor: Tiffany Melisa Morales Silva

Tutor:Mba Elsie Serrano Sibaja

Sede Central, agosto 2018

## Contenido

Dedicatoria y Agradecimientos .....	4
Resumen Ejecutivo.....	5
CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO .....	6
Planteamiento del Problema .....	6
Objetivos de la Investigación .....	7
Justificación de la Investigación.....	8
Antecedentes de la Investigación .....	9
Proyecciones de la Investigación .....	11
CAPÍTULO II - MARCO REFERENCIAL.....	13
México.....	13
Logística.....	14
Relación Comercial México - Costa Rica .....	15
TLC México -Costa Rica .....	17
Aceite de Palma.....	18
Usos Del Aceite de Palma.....	21
Grafica 4: Importaciones en México enero-julio 2016.....	23
Conceptos Teóricos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Oferta.....	24
Potencial Comercial .....	29
CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO .....	37
Enfoque de la Investigación .....	38
Diseño de la Investigación .....	38
Muestra.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Fuentes de información de la Investigación .....	40
Unidades de Análisis de la Investigación.....	41
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	42
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos de la Investigación.....	43
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	45
Unidad de Análisis 1: Oferta del aceite de palma africana costarricense.....	46
Unidad de Análisis 2: Potencial comercial del aceite de palma africana en el mercado mexicano .....	57
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	74

Conclusiones de la Investigación ..... 74

Recomendaciones..... 76

REFERENCIAS ..... 78

APÉNDICE ..... 81

## **Contenido de Gráficos**

Grafica 1: Exportaciones de Costa Rica a México en millones de USD.....	16
Grafica 2 Exportación en Centroamérica de aceite de palma en millones de dólares al 2017 .....	19
Grafica 3: Exportación según país de Destino .....	20
Grafica 4: Importaciones en México enero-julio 2016.....	23
Grafica 5: Costos de producción del aceite de palma en Costa Rica .....	25

## **Contenido de Tablas**

Tabla 1: usos del aceite de palma .....	22
Tabla 2: Muestra de la Investigación .....	39
Tabla 3: Categorías de Análisis .....	45

## **Dedicatoria y Agradecimientos**

### **Dedicatoria.**

A mi Mamá, por ser mi guía, mejor amiga, compañera de aventuras y mayor ejemplo en mi vida, porque sin su apoyo mami, nada de lo que hago sería posible, por sus palabras de aliento durante toda mi carrera en la U, por presionarme a ser mejor y por siempre creer en mí. Te amo.

A mis hermanos Lola y Marco, por ser un apoyo siempre y por soportar todo mis locuras siempre.

A Dios, por darme la guía, entendimiento, confianza y sabiduría en cada paso durante toda la carrera y por poner siempre en mi camino lo que es mejor para mí.

### **Agradecimientos.**

A toda mi familia que de alguna u otra manera apporto un apoyo para que yo pudiera realizar el proyecto. En especial a mi mamá por simplemente ser la mejor.

A mi tutora, Doña Elsie Serrano, por todos los consejos y guía para la elaboración del proyecto sin usted no hubiera sido posible.

A Mario, gracias por soportar todo mi estrés y ayudarme en todo lo que podía, sin su apoyo me hubiera vuelto loca.

A todos los profesionales que me brindaron su tiempo, conocimiento con las entrevistas para la realización del proyecto.

## **Resumen Ejecutivo**

Este proyecto de tesina consiste en analizar el Potencial comercial que presenta el aceite de palma Africana costarricense para ser comercializada en el mercado Mexicano al primer trimestre del 2018. El presente estudio se aborda inicialmente con el análisis del entorno que permite obtener una visión del tema y seguidamente la metodología propia de una investigación cualitativa, en donde se aplica la entrevista a personas expertas en el tema, del aceite de palma africana.

El principal objetivo de la investigación consiste en Exponer el potencial comercial del aceite de palma africana costarricense para ser comercializada en el mercado mexicano, y esto se lograra mediante el desarrollo de dos objetivos especificos, el primero es, identificar la oferta del aceite de palma africana costarricense de la región pacifica del país, para la comercialización y el segundo objetivo es evaluar el potencial comercial que tiene el aceite de palma africana costarricense en el mercado mexicano para el primer trimestre del año 2018.

La investigación tiene un aporte a los productores y comerciantes de aceite de palma africana en Costa Rica, en donde se panorama claro del potencial comercial del país, y los diferentes factores importantes que se deben tener en cuenta a la hora de comercializar el producto en mercados internacionales, para la investigación en México, esto con el objetivo de fortalecer las exportaciones de aceite de palma.

Entre las principales conclusiones de la investigación se determino, que se cuenta con una oferta estable de aceite de palma, y que la demanda del mismo es alta a nivel mundial, por lo que se considera un producto con gran potencial comercial, especialmente en México, país con gran mercado en la industria alimentaria. Sin embargo, se determina que hay que tener en cuenta los diferentes factores económicos, sociales y políticos que puedan cambiar esto. Finalmente se citan algunas recomendaciones importantes a los productores/comerciantes del producto para ser tomadas en consideración a la hora de la comercialización.

## CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO

### Planteamiento del Problema

El comercio internacional tiene una gran importancia para la economía, de Costa Rica como la del resto del mundo, como es mencionado por Huesca (2012) "contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que medimos a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente" (p.3). Esto se ve reflejado en las estadísticas, PROCOMER (promotora internacional de comercio) (2017), da como total de exportaciones para este año de 10.623,8 y 15.927,2 Millones de USD, para un comercio total de 26.551,0 millones de USD.

Si se observa el comercio total de los años anteriores PROCOMER (2017) menciona que el 2015 el comercio total fue 23.984,7, 2016 25.192,5 y como ya se señaló el 2017 un total de 26.551,0 millones de USD. Lo que significa un crecimiento en comercio con los años, lo que beneficia a costarricenses de diferentes sectores.

Entre los principales productos de exportación, se puede encontrar mencionado por PROCOMER (2017), que los dispositivos médicos con un 25%, banano 10% y la piña 9%, de participación del valor exportado. Esto demuestra la variedad de producción del país los tres principales productos son de diferentes sectores de producción, la economía no depende de un solo sector o producto lo que beneficia la economía costarricense.

Las estadísticas de PROCOMER (2017) colocan al aceite de palma africana como uno de los principales productos del comercio de la industria alimenticia por lo que se puede considerar como uno producto de importancia para la economía costarricense, el total de 129,4 millones de USD del total de exportaciones de esta industria.

Pese a ser un producto importante para Costa Rica, las investigaciones u otros documentos sobre exportaciones no son amplias como para que exista una buena y confiable base para exportadores, productores o personas interesadas que pueden interesarse en el producto, razón que motiva el efectuar esta investigación.

Se escoge México como país para analizar el potencial comercial ya que “México sigue siendo un gran comprador de aceite de palma africana”, ANIAME (2016) menciona que entre enero y julio del 2016 se importó un total de 259,162 toneladas de las cuales el 23% son provenientes de Costa Rica, pese a esto no se conoce qué determina este potencial comercial y cómo el mismo puede ser aprovechado al máximo.

Una vez descrito lo anterior se hace necesario establecer la pregunta a la cual se busca dar una respuesta con la siguiente investigación. ¿Cuál es el potencial del aceite de palma africana en Costa Rica para ser comercializado en el mercado mexicano?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

Exponer el potencial comercial del aceite de palma africana costarricense para ser comercializada en el mercado mexicano al primer trimestre del 2018

## **Objetivos específicos**

- Identificar la oferta del aceite de palma africana costarricense de la región pacífica del país, para la comercialización.
- Evaluar el potencial comercial que tiene el aceite de palma africana costarricense en el mercado mexicano para el primer trimestre del año 2018

## **Justificación de la Investigación**

En Costa Rica la producción del aceite de palma africana es considerada como el segundo producto agrícola de mayor producción, luego del café, por eso resulta conveniente realizar la investigación sobre el producto, especialmente enfocada en el objetivo planteado pues se conoce que existe un vacío de conocimiento en forma de publicaciones relacionadas con el tema, que no debería existir al ser señalado como un producto de mucha importancia para la economía nacional.

La investigación tiene aporte económico porque al ser sobre comercio internacional de un producto, el mismo tiene impacto en la economía del país y con base en lo antes señalado, resulta un bien con grandes niveles de exportación por lo que, si se le da un aprovechamiento a la investigación, la economía podría mejorar.

El impacto social del presente trabajo va de la mano con el aspecto económico, si se mejora la economía del país en relación con el crecimiento social, si las personas tienen mejores ingresos, puede mejorar su calidad de vida.

El último aporte de la investigación es el académico, se aportará una opción de que la misma pueda servir como base a otra futura investigación y aportar sus resultados a las diferentes personas involucradas con el tema para que tengan una fuente de información de primera mano.

Los diferentes resultados de la investigación no solo beneficiarán a los productores, sino también a muchos costarricenses que viven de la producción y comercialización de este producto. Por lo que se espera de igual forma que la investigación sirva para ampliar el conocimiento que ya se tienen o sirvan de base para nuevas investigaciones. Esto para que siempre se pueda dar el mejor aprovechamiento al potencial comercial del producto y que de esta forma se identifique la oferta para así contar con mayor conocimiento del mercado.

### **Antecedentes de la Investigación**

Clare (2016) menciona que la palma aceitera africana, *Elaeis guineensis* Jacq es el nombre científico para la planta comúnmente conocida como palma aceitera de aceite, su origen se da en el golfo de Guinea en África occidental y en cuyas regiones su fruto era utilizado por las poblaciones indígenas para la alimentación y también para la extracción de aceite para fines de iluminación. La llegada a Suramérica y Centroamérica data con la llegada de Cristóbal Colon a América, en principio la mayor concentración de cultivo se encuentra en la zona de Brasil (p.324).

Clare (2016) también menciona que la llegada a Costa Rica empieza con la United Fruit Company (UFCo) en el año 1943 donde se empezó su producción en pequeña escala comercial, para el año de 1951 ya el país contaba con la primera planta procesadora de palma africana ubicada en la zona de Quepos. Luego de un desarrollo un poco más lento debido a que la compañía centra sus recursos en la producción del banano, a partir de 1962 se cambia la estrategia para una mayor atención al producto y ampliando la producción de igual manera a la zona de Coto Brus (pp.325-326).

En la actualidad, la Cámara Nacional de Productores de Palma (CANAPALMA) (2016) menciona que el país cuenta con alrededor de 37,000 hectáreas de suelo dedicadas a la producción de palma aceitera, donde su mayor parte se encuentra por la empresa Palmatica. Procomer (2016), en sus estadísticas 2016 se exportaron \$259.00 millones, de los cuales un 32.2% del total son aceite de palma africana, por esto se considera como el producto más exportado a México.

A continuación se presentan antecedentes relacionados con la investigación. Falk (2000) menciona que:

El crecimiento favorable en el uso del aceite comestible y no comestible ha creado una base de demanda inusualmente fuerte. El consumo aparente mundial de los 17 aceites y grasas vegetales y animales, estimado por OilWorld, se está elevando pronunciadamente, tanto como 5,6 millones de toneladas durante octubre/septiembre de 1999/00. Con un crecimiento anual de 5,3% en todo el mundo, el sector de aceites y grasas pertenece a las industrias de crecimiento más rápido. La producción mundial del aceite de palma aumento [sic] inmensamente, 3.7 millones de toneladas durante enero/diciembre de 1999. Este aumento no pudo ser consumido y condujo a una acumulación progresiva de los inventarios de aceite de palma en todo el mundo (p.85).

El aceite de palma es un producto que ya tiene mucha historia a nivel mundial y durante una época su producción aumentó considerablemente en todo el mundo, extendiéndose fuera del continente africano, de donde es originaria, a lugares como por ejemplo, Latinoamérica. Lo anterior genera una oferta del producto en su momento, sin embargo, con el paso de los años la misma se fue estabilizando hasta la actualidad donde se mantiene estable, pese a las fluctuantes que se consideran como normales en cualquier mercado.

En la investigación realizada por Chávez, de los Santos, Doctor y Vargas (2007) mencionan

La producción del aceite de palma se ha intensificado debido a su fácil cultivo mediante la mano de obra barata, tierras fértiles, apoyo para la

producción por parte de los organismos financieros y por su bajo precio en el mercado, agregando a esto los beneficios que aporta a la salud humana.

También [sic] conocimos que los principales productores de aceite de palma a nivel mundial destacan los países de Malasia, Indonesia, Nueva Guinea y los países productores latinoamericanos son Colombia, Ecuador, Costa Rica y Honduras. Así mismo en la producción de la palma de aceite y el proceso de extracción involucra intereses directos de comercializadoras a nivel internacional como Procter&Gamble, Cargill, Unilever entre otras (p.31).

Como se apunta anteriormente, la producción del aceite de palma africana es simple y de muy bajo costo lo cual lo coloca como un producto muy atractivo a nivel mundial, por ende, de su crecimiento de producción con el paso de los años. Igualmente, por estas razones el mismo es muy atractivo a grandes empresas de gran nivel internacional para sus diferentes producciones del aceite, debido a su bajo precio, los múltiples usos y beneficios que el aceite de palma tiene en sus características.

Luego de realizar una investigación previa se puede decir que no existe una gran cantidad de material que esté dirigido al producto, a nivel nacional no se encontró directamente ninguna publicación relacionada con los objetivos de la investigación, pese a ser un producto muy importante para la economía nacional y las diferentes organizaciones especializadas en este producto, por lo cual se confirma la relevancia del presente trabajo con el fin de que sirva como base en la referencia para el aceite de palma africana en Costa Rica.

### **Proyecciones de la Investigación**

Esta investigación espera identificar la oferta del aceite de palma africana costarricense, con el fin de que los diferentes agentes (empresas productoras, comerciantes, exportadores) tengan acceso a un documento que les permita aprovechar los diferentes factores de la oferta para mejorarla o aumentarla, así el país tenga mayor oferta y se pueda comercializar el producto en mayor cantidad.

Se presentará el concepto de potencial comercial con el fin de evaluar que determina un potencial comercial y evaluarlo con las diferentes opiniones de los expertos sobre el tema, para poder ver el potencial comercial con México durante el 2018, permitirá tener una imagen más grande de cómo podría comportarse el mercado en el futuro, del porqué el potencial comercial se halla en el nivel actual y cómo se puede mejorar la comercialización, tanto con México como con otros países.

## **CAPÍTULO II – MARCO DE REFERENCIA**

En este capítulo de la investigación se presentará la situación actual del producto y la relación comercial entre México y Costa Rica, según el contexto necesario con el fin de orientar al lector. También se presentan los diferentes conceptos teóricos que dan fundamento a la investigación.

Al ser México el país donde se enfoca el presente trabajo, es necesario que se conozcan las principales generalidades del país, las cuales se presentarán a continuación.

### **México**

#### **Generalidades**

Los Estados Unidos Mexicanos, menciona Esquivel (2000) que tiene una superficie de 1 964 375 km<sup>2</sup>, está ubicado en Norteamérica y es una república formada por 31 distintos estados y la capital federal, se considera el quinto país más grande de Latinoamérica con una población aproximada de 124 millones de personas. México es conocido por su gran riqueza cultural gracias a las diferentes culturas aborígenes que se encontraron en su territorio (pp. 9-10).

La moneda oficial como es mencionada por la embajada mexicana (2018) su unidad monetaria es el peso mexicano (párr.1) El Banco Central de Costa Rica (2018) dice que al 6 de julio 2018 un dólar equivale a 19,5 pesos mexicanos (párr.1).Sin embargo,al ser país vecino de los

Estados Unidos de Norteamérica, utiliza el dólar como una moneda de transacción frecuente y sin ningún problema. Se debe tener esto en cuenta para poder saber que Costa Rica a la hora de comercializar con México, lo realiza principalmente en dólares.

Según Vargas y Calderón (2011) el gasto en consumo de los mercados mexicanos por hogar se divide en varias categorías de importancia, es relevante para esta investigación ya que “se dedica a la vivienda, con una participación en 2010 del 22.9%, le siguen en importancia el gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas (22.7%), el transporte (15.7%)” y el producto ofrecido por Costa Rica, se utiliza durante la preparación de alimentos para el consumo humano y con esto garantiza un mercado estable y presente para el producto en investigación.

## **Logística**

Con el fin de exportar a México desde Costa Rica se tienen todas las opciones disponibles, pero para cuestiones de esta investigación se consideran dos opciones: Marítimo y Terrestre, debido a las características del producto como lo son peso y cantidad.

Roman (2011) en el documento para PROCOMER sobre la logística de exportación a México, menciona que existen 12 navieras que salen de Costa Rica a varios de los 22 puertos que se tienen en el país mexicano, entre los cuales se encuentran: Puerto Manzanillo en el Pacífico y Puerto Veracruz en el Atlántico, a consecuencia de que son los que cuentan con el menor tiempo de tránsito 5-12 días u 8-12 respectivamente.

Esto es realmente una gran oportunidad de beneficio para los productos y exportadores de aceite de palma africana ya que tienen múltiples opciones con salidas del Caribe o Pacífico, zonas donde se concentra la producción. Por lo que significa un gasto menor en cuestión de transporte al puerto para la exportación. En el Pacífico se concentra la mayor cantidad de producción por lo que

el uso del puerto de Caldera es el más común y desde ahí salen los viajes hacia Puerto Manzanillo, que es uno de los más importantes.

Román (2011) también menciona que para transporte terrestre el tiempo aproximado de tránsito para un consolidado es de 9 días y de 6, a furgón completo, esto al Distrito Federal y existen viajes todos los días para furgones completos, proporcionados por diferentes empresas de transporte.

El transporte terrestre es una buena opción para la exportación del aceite de palma si la cantidad que se está comercializando es menor, por otra parte, el tiempo de tránsito es muy similar entre el transporte marítimo y terrestre.

### **Relación Comercial México - Costa Rica**

La relación entre ambos países proviene desde la creación de Costa Rica como república independiente y desde 1929 se formó la sede de la embajada mexicana en el país lo que facilita las relaciones comerciales entre ambos. En la década de los noventa las relaciones se ven reforzadas con la creación de la comisión mexicana para la cooperación con Centroamérica.

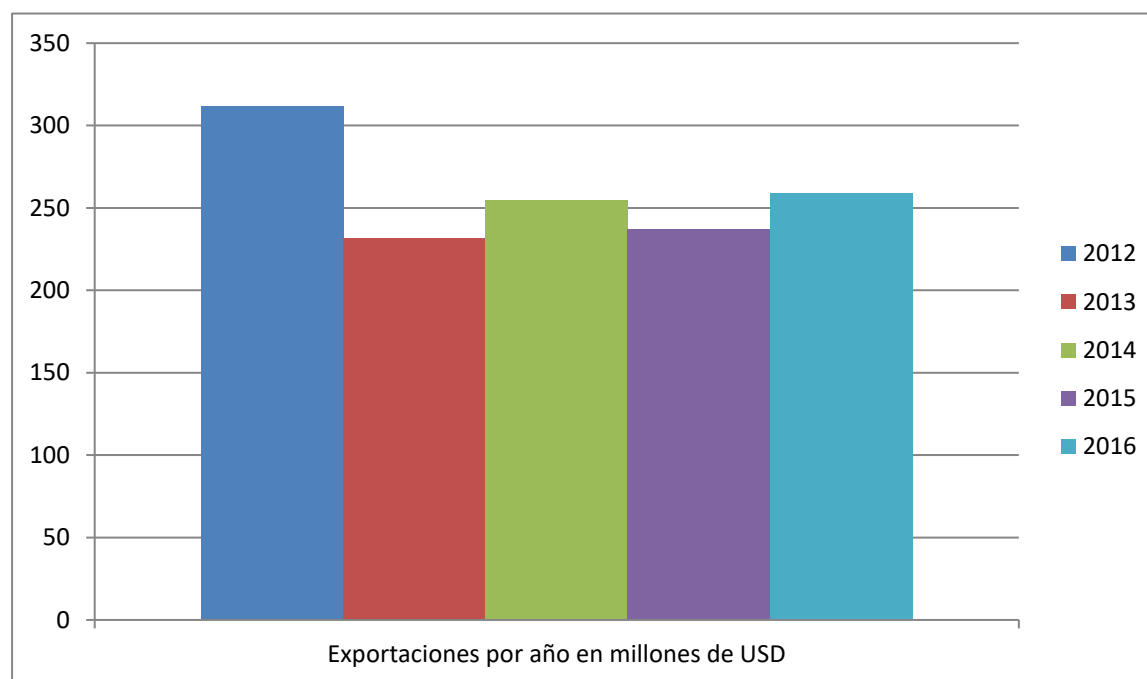
Según menciona el Acuerdo (1990) en su artículo primero el objetivo de la comisión es “coadyuvar especialmente al desarrollo económico y social de los países centroamericanos, incluido Belice, contribuyendo así al fortalecimiento de las relaciones de México con Centroamérica y el Caribe” (p.2).

Este acuerdo entre México y los países centroamericanos da paso a la creación del primer tratado de libre comercio que Costa Rica firmó en su historia en el año 1995, con el país mexicano,

esto viene motivado por la reciente apertura de otros países, también a relaciones comerciales bilaterales que permite a estos países que el comercio se realice de una forma más rápida y beneficiosa para ambos en la relación comercial. Este TLC nace con la idea de ser un acuerdo comercial de Centroamérica con México, pero al final por distintos motivos el tratado fue individual.

Alonso (2009) menciona "A partir del año 1996, con el TLC en aplicación, se incrementan las exportaciones hacia ese país hasta llegar a 144.8 millones de dólares en el año 1999" (p.3) y con el paso de los años las exportaciones de la nación costarricense al vecino país se mantienen constante o en aumento, lo que demuestra que el TLC es de gran importancia para la relación económica entre ambos países como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 1: Exportaciones de Costa Rica a México en millones de USD



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER del anuario estadístico 2016

Como se puede observar, las exportaciones con México son constantes en el paso de los años. Según las estadísticas de PROCOMER, el principal producto de exportación es el producto de esta investigación, el aceite de palma africana, el cual representa un 32,2% al año 2016 y convierte a la Compañía Industrial Coto Cincuenta y Cuatro S.A en la empresa con mayor cantidad de exportación al país mexicano.

Entre otros productos de gran importancia para la exportación, se hallan los circuitos integrados y microestructuras electrónicas con un 10,4%; jarabes y concentrados para la preparación de bebidas gaseosas con un 5,2%; cables eléctricos, 2% y las prótesis de uso médico, con un 1,8%.

### **TLC México -Costa Rica**

El país cuenta con un TLC (Tratado de Libre Comercio con México), el cual se firmó en 1994, pero entró en vigor en 1995, y esto lo convierte en el primer tratado que Costa Rica firmó en su historia, como lo menciona Albino, de los Santos, Doctor y Vargas (2007) el objetivo principal del tratado es:

Eliminar barreras al comercio; promover condiciones para una competencia justa, incrementar las oportunidades de inversión, proporcionar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual, establecer procedimientos efectivos para la aplicación del tratado y la solución de controversias, así como fomentar la cooperación bilateral, regional y multilateral(p.54).

Este TLC ha sido de aprovechamiento para ambos países ya que gracias al mismo se han incrementado las exportaciones e importaciones entre ambos países y como es mencionado en la Evaluación de los 10 años de vigencia del tratado (2004), elaborado por el SIECA “Costa Rica es en la actualidad, y desde hace siete años, el principal proveedor del mercado mexicano, gracias al acelerado crecimiento de las importaciones mexicanas de productos costarricenses durante el decenio de vigencia del TLC” (p.9).

La partida arancelaria del aceite de palma es la 15.11 aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente, y la partida para el aceite bruto es la 1511.10.00. Realizando la consulta en el portal de TICA (tecnología de Información para el Control Aduanero) de la dirección nacional de aduanas, se encuentra que el aceite de palma no tiene ningún documento obligatorio para la exportación, y que igualmente gracias al TLC con México el producto se encuentra libre de los aranceles DAI (derecho arancelario de importación) y el de la Ley 6946.

Como ha sido mencionado con anterioridad, el principal producto de exportación a México es el aceite de palma africana y el producto aprovecha el TLC para las rebajas arancelarias que provee el mismo.

### **Aceite de Palma**

En los siguientes párrafos de la investigación se presentan aspectos básicos sobre el producto: aceite de palma africana, con el fin de que los lectores tengan una idea general desde un poco de su historia hasta datos referentes al precio, nivel de exportaciones y sus usos.

Tecnoserve, (2009) menciona sobre la palma africana, Hay indicios históricos, fósiles y lingüísticos del origen africano de la palma, basándose en evidencias de un análisis hecho por Friedel, que la grasa encontrada en un jarrón de una tumba en Abydos (alrededor de 3,000 años A.C.) pudo haber sido de palma africana. La palma de aceite es una planta tropical propia de climas cálidos que crece en altitudes de 0 a 500 msnm. Su nombre científico es *Elaeisguineensis*Jac. Su origen se ubica en el golfo de Guinea en el África occidental por eso su denominación popular es palma africana de aceite (p.3).

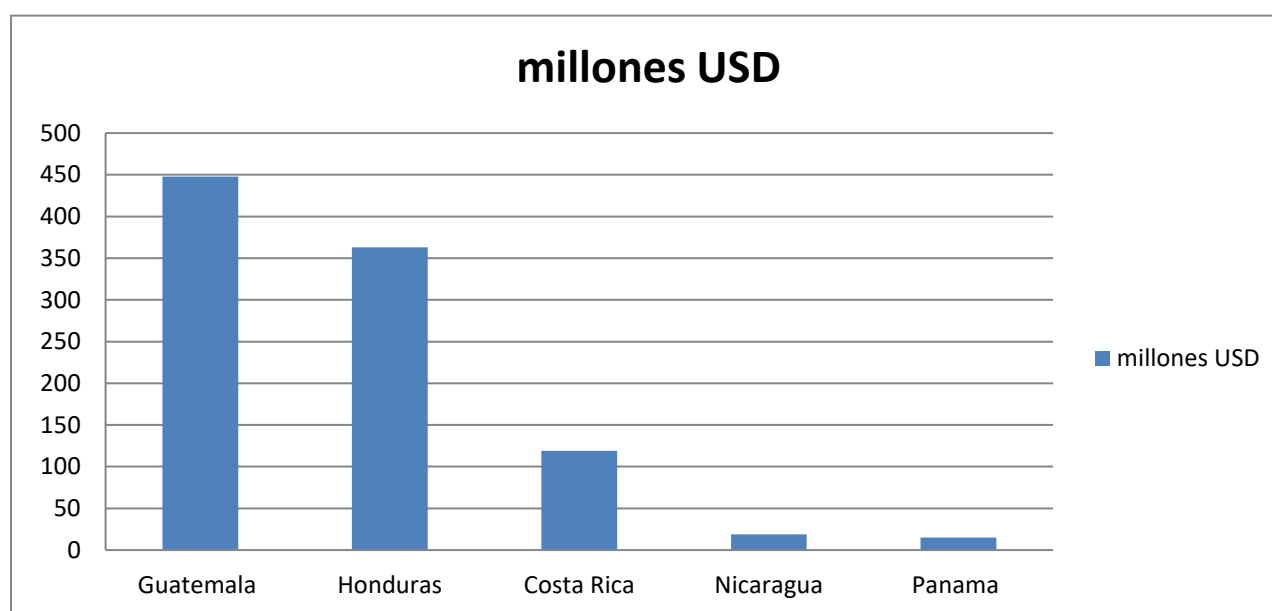
La palma africana es una planta que existe sobre la tierra desde hace millones de años y con el paso de los años se expandió desde el Golfo de Guinea al resto del mundo, donde se presentan

las condiciones climáticas y de terreno para su cultivo, su producción tuvo un gran aumento con el paso de los años, convirtiéndose en los productos de mayor consumo mundial, entre todos los aceites.

Ordosgoitia y Avendaño (2005), menciona que “Malasia el mayor productor con 13.000.000 toneladas, seguido por Indonesia con una producción de 9.500.000 toneladas aproximadamente, convirtiendo a Asia en el mayor productor de aceite de palma en el mundo, aportando con el 85% de la producción mundial”(p.35). Lo que tiene lógica ya que son las zonas cercanas de donde es el producto originario y se desarrolló de una manera más rápida que en el resto del mundo y esto implica que las mayores competencias para el resto de los países productores son estos los mismos.

En América el país con mayor producción de aceite de palma es Colombia con aproximadas 326,118 toneladas al primer trimestre del 2015 según datos de FEDEPALMA (Federación Nacional de Cultivadores de Palma Africana de Colombia) y esto lo convierte en el cuarto país productor a nivel mundial y el primero a nivel americano.

Grafica 2 Exportación en Centroamérica de aceite de palma en millones de dólares al 2017

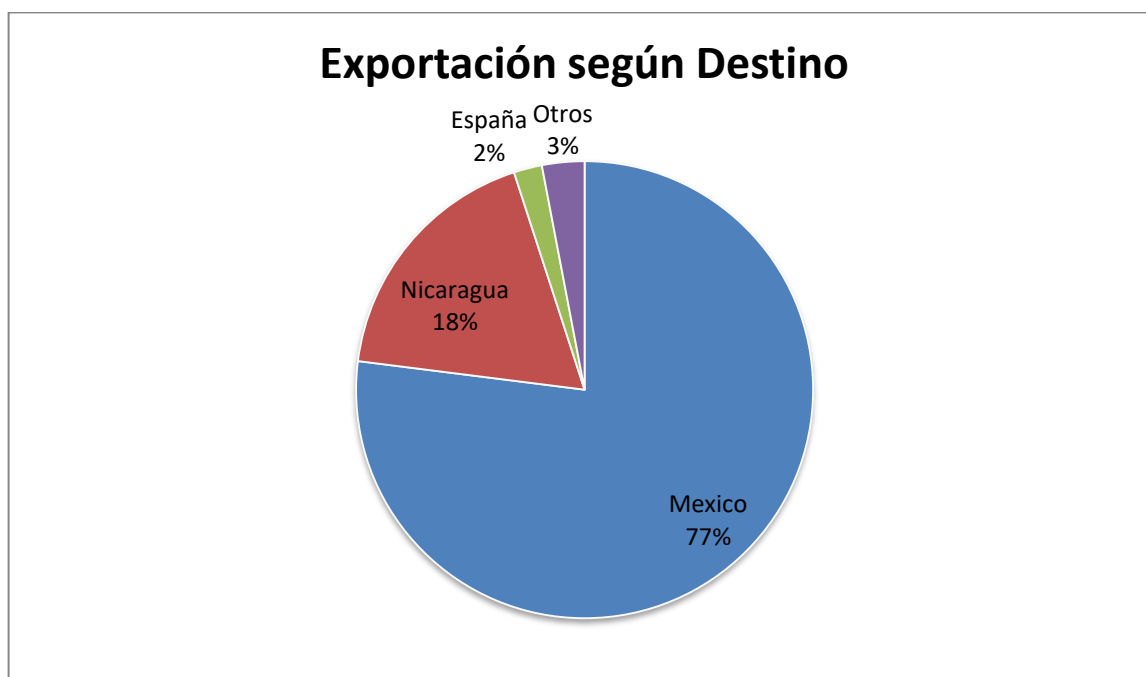


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centroamérica Data

Como se puede observar en el gráfico anterior, Costa Rica se encuentra en tercer lugar a nivel centroamericana que indica una gran producción, pero a su vez la diferencia entre las dos potencias del producto en la región es casi el doble, lo que nos lleva a pensar que la oferta podría ser mucho mayor si se logran identificar las diferentes formas de controlar o mejorar los diferentes factores que determina la oferta de un producto.

A nivel país el aceite de palma africana se encuentra entre uno de los 7 productos más importantes para la exportación, con un total de 108 millones de dólares al 2016, según las estadísticas de PROCOMER. Y el producto es comercializado en 3 países mayoritariamente; en primer lugar México como ya se mencionó en esta investigación con un 77%, Nicaragua con un 18%, España 2%, y el resto de los países un 3% como se muestra en el siguiente gráfico

Grafica 3: Exportación según país de Destino



Fuente: elaboración propia a partir de datos de PROCOMER anuario estadístico 2016

Pese a este ser un producto de gran importancia para la economía nacional del 2012 a la actualidad la cantidad de exportada ha disminuido considerablemente, esto según los datos de PROCOMER (2016) para el 2012 se exportaban alrededor de 223 millones de dólares y al 2016 solo 108 millones USD, y la razón en esto se basa principalmente en la baja del precio a nivel internacional, por múltiples razones entre las cuales destaca de forma relevante, la tendencia de consumo de otros aceites más saludables y alternativos, así mismo la gran competencia internacional del producto de la investigación.

Conociendo cómo se comporta el producto en el país es de vital importancia conocer de igual manera su situación actual en México, ya que es el país donde está basada la presente investigación, según datos de ComexPalma (Consejo Mexicano para el desarrollo de aceite de palma) México importó un total de 259,162 toneladas de las cuales un 23% son de Costa Rica, eso a Julio del 2016, por lo que se puede decir que constituye el país del cual más importa México aceite de palma, solo detrás de Guatemala.

Albino, De los Santos, Doctor y Vargas (2007) mencionan que "México importa e 1% mundial por medio de la compañía aceitería [sic] Industrial Coto 54 S.A, integrada por compañías costarricenses". Aunque un 1% suene como un número insignificante, realmente es una cantidad muy grande pues no constituye solo el porcentaje de México, sino a nivel mundial, lo que demuestra la capacidad productiva del país.

### **Usos Del Aceite de Palma**

El aceite de palma es uno de los aceites con mayor consumo a nivel mundial con un 61,1 millones de toneladas al 2015, teniendo como principales consumidores a China, India, Indonesia y la Unión Europea, sin embargo, estos países no lo producen por lo que deben importar todo el consumo del producto. Y es el aceite más consumido, pese a como es mencionado por Romera y Boiza (2017) "de su alto contenido en grasas saturadas- tienen un 50% frente al 18% que hay en el

aceite de oliva o el 12% que contiene el aceite de girasol" (p.1). Esto se debe a la variedad de usos que tiene el producto para consumo humano y consumo no humano.

En el siguiente cuadro se mostrarán varios de los diferentes usos de los productos, tanto para su consumo o no, es importante aclarar que la mayoría de este consumo se hace con base en el aceite refinado y no en el aceite crudo.

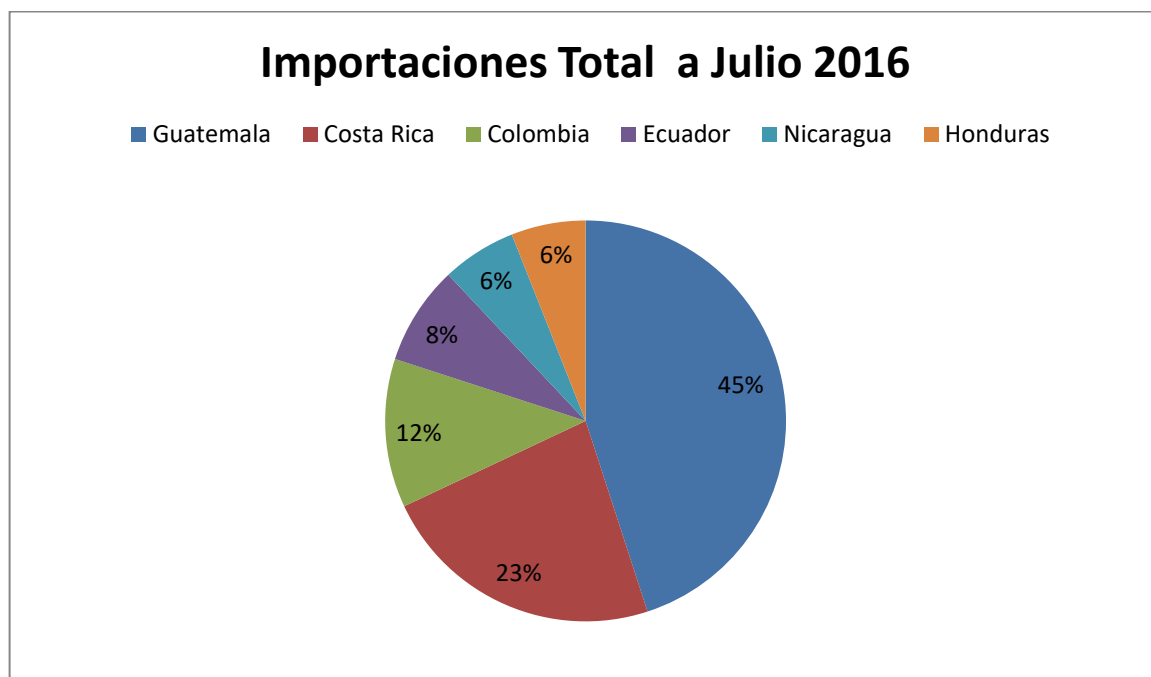
Tabla 1: usos del aceite de palma

Usos Alimentario	Usos No consumo
Aceites para freír	Jabones, Detergentes y Shampoo
Margarinas y Mantecas	Grasas lubricantes
Confitería y Chocolates	Bases para pinturas y tintas
Helados	Maquillaje
Crema para Café	Concentrado para animales
Mayonesa otras salsa	Biocombustible
Como aceite de cocina en las casas	

Fuente: Elaboración propia con datos de Romera y Boiza (2017)

Como se puede observar el aceite de palma tiene múltiples usos y muchas veces se consume sin darse cuenta que se encuentra en muchas de las preparaciones de las comidas. Como consecuencia de que constituye un producto con aprovechamiento tanto para consumo humano o no humano como para la industria, lo cual lo convierte en un producto muy versátil.

Grafica 4: Importaciones en México enero-julio 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas de COMEXPALMA

El que Guatemala sea el país que más exporta y comercializa en México, se debe a varios factores, uno de los principales lo constituye la cercanía de ambos países ya que son países fronterizos y Guatemala es el país con mayor producción en la región centroamericana. También resulta importante tener en cuenta a Colombia en tercer lugar por ser el país con mayor producción en el Sur de América, cuya posible razón se deba a la lejanía con México.

## **Oferta**

Parkin y Loría (2010) menciona "El término oferta se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo" (p.64). También menciona "Una oferta implica más que sólo contar con los recursos y la tecnología para producir algo. Los recursos y la tecnología constituyen los límites de lo posible" (p.64).

Samuelson y Nordhaus (2005) sobre la oferta dice "El lado de la oferta de un mercado se refiere, normalmente, a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos" (p.51).

Como es presentado por los dos autores mencionados anteriormente, la oferta es la cantidad de bienes ofrecidos por un productor o empresario de un producto, en el presente estudio lo constituye el aceite de palma africana, para que sea consumido por un público/mercado, esta oferta puede ser determinada por distintos factores y no es constante ya que si los factores que la determinan varían, la oferta cambia.

## **Producción**

### **Costos**

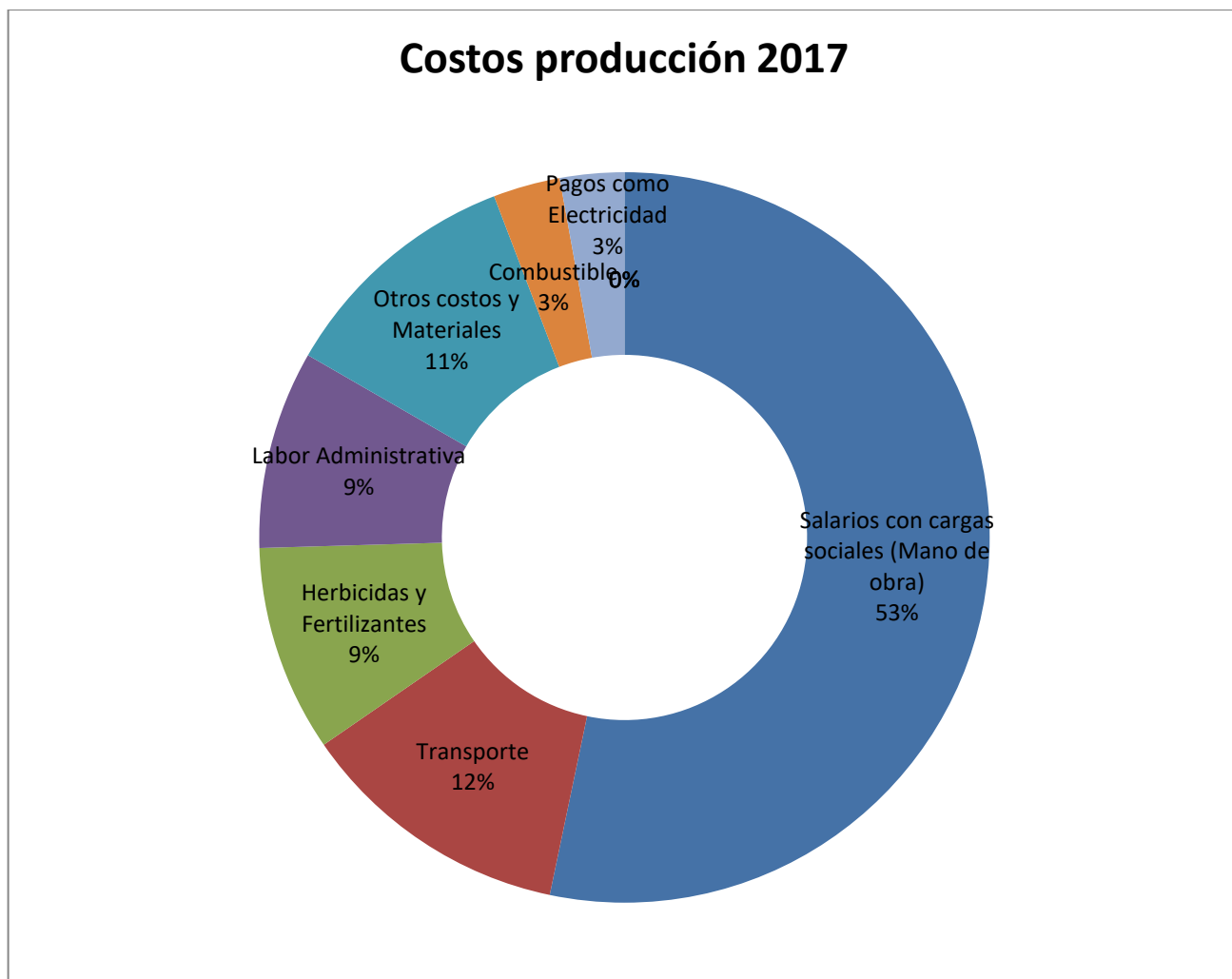
El principal factor por el cual la oferta de un producto se puede ver modificada es referente a la producción del producto tanto como costos como otros factores naturales de la producción, va relacionado directamente con el precio del producto pues si el costo de producción es mayor que el precio, el productor no va a poder producir ya que no se considera lucrativo. Como mencionan Samuelson y Nordhaus (2005), por ejemplo:

Precio de las hojuelas de maíz de un dólar la caja, no se producirán hojuelas de maíz en lo absoluto. A un precio tan bajo, los fabricantes de cereales para el desayuno quizá quieran dedicar sus fábricas a la producción de otro tipo de cereal, como las hojuelas de salvado, que le signifiquen una utilidad mayor que las hojuelas de maíz. A medida que aumenta el precio de las hojuelas de maíz, se producirán más de ellas (p.52).

En la producción del aceite de palma, su mayor costo proviene de la mano de obra como es mencionado por Mosquera (2014) "El cultivo de la palma de aceite es intensivo en mano de obra. En promedio, la remuneración del trabajo participa con el 42 % de los costos de producción de la palma en Colombia" (p.44). En el país resulta parecido el costo de las prestaciones ya que presenta un 43.1% del costo total de la producción, según datos estadísticos de CANAPALMA (Cámara Nacional de Productores de Palma).

En el siguiente gráfico se presenta del costo total de producción para el año 2017 del aceite de palma africana, así se puede tener una idea clara de todos los gastos que tienen los productos a la hora de cosechar el producto y ello es determinante para la oferta nacional.

Grafica 5: Costos de producción del aceite de palma en Costa Rica



Fuente Elaboración propia a partir de datos de CANAPALMA

### Nuevas Tecnologías

Otro factor es la aplicación de nuevas y diferentes tecnologías principalmente para la producción, incluso para un producto agrícola los avances en la tecnología con el paso de los años, se dan nuevas formas de mejorar el proceso de siembra. Restrepo (2016),

La agricultura de precisión, la automatización y el mejoramiento de prácticas agrícolas, permiten desarrollar estrategias y capacidades para capturar una ventaja competitiva en la evolución agroindustrial. El impacto que ha tenido la tecnología en la industria se evidencia en los incrementos

de producción, reducción de costos, eficiencias en transporte, y dentro de estas posibilidades de crecimiento se han identificado diez tecnologías que están cambiando el modo de ver la agroindustria desde el punto de vista tecnológico.

- Sistemas de Información Geográfica y Sistemas de Posicionamiento Global (gps).
- Dispositivos móviles.
- Telemática y sensores de suelo, humedad, radiación uv y medio ambiente.
- Identificación por radiofrecuencia (rfid).
- Drones.
- Utilización eficiente de fertilizantes.
- Genética tolerante a herbicidas y sequías.
- Control biológico de plagas.
- Maquinaria y sistemas eléctricos.
- Vehículos autónomos. P300

En Costa Rica para fines de esta investigación no fue posible identificar al documento que señale los avances de la tecnología en la producción del aceite de palma africana, pero otros países como Colombia es pionero en este tema, utilizando tecnologías como marcadores inteligentes en las palmeras que permiten recolectar sus datos, por ejemplo: diferentes plagas que podrían tener y poder contralarlas de diferentes maneras.

## **Competencia**

La competencia tanto nacional como internacional es otro de los factores que afectan la oferta de un producto, como se mencionó en esta investigación existen muchos países que producen aceite de palma africana, al respecto opina Sánchez (2012) "Asia se ha considerado como el mayor productor mundial de aceite de palma, con una participación del 88,98%" (pp.32-33). Se

creo que se debe al clima que facilita el cultivo y al bajo costo de la mano de obra en estos países como Malasia o Indonesia.

Esto los convierte en la principal competencia no solo para Costa Rica, sino para el resto de los países. Entre las principales empresas productoras en estos países se encuentran: Sime Derby, IOI corporation en Malasia y Astra Agro, Indofood en Indonesia.

Sánchez (2012) también menciona que África tiene una producción mundial del 5%; América Sur y Central, el 4,88% y en último lugar, Oceanía con solo un 1,14% de la participación a nivel mundial. Como se puede observar América es un gran productor casi con el mismo porcentaje que el continente africano. Lo que convierte a los países de mayor producción en el continente americano como Colombia y Guatemala en la competencia directa. Principales empresas en Colombia se hallan: CI FAMAR S.A, Aceites S.A y Palma aceite S.A y en Guatemala, se encuentra Grupo Hame y Naturaceites.

Respecto a la competencia nacional, el país cuenta con múltiples empresas productoras de aceite de palma, entre las principales se hallan: Industria Aceitera Coto 54 S.A, Coopeagropal, Palmatec y PalmaTica, pero aparte de ellas existen muchos pequeños productores que se forman en diferentes cooperativas.

Según la conferencia mundial del sector de palma africana, Bogotá (2015), existen dos grandes impresas industriales a nivel mundial que son los mayores consumidores del aceite de palma africana, en primer lugar se tiene "Unilever adquiere anualmente 0,5 millones de toneladas de aceite de palma y de palmiste en bruto y 1 millón de toneladas de derivados y fracciones. Este volumen equivale aproximadamente al 2,6% de la producción mundial de aceite de palma" (p.19).

Otra compañía que es de los principales consumidores de aceites de palma africana es la Nestlé que también constituya una de las más grandes compañías a nivel mundial con alrededor de 200 marcas, según la conferencia (2015) "Nestlé se surte de aproximadamente 800.000 toneladas de aceite de palma por año" con estas dos empresas se puede considerar la variedad de usos del aceite de palma, ya que por ejemplo Unilever es mayormente conocido por la fabricación de productos como jabones y champú, en cambio Nestlé son productos de consumo como chocolates, cereales o algunos preparados con lácteos.

## **Demanda**

Es importante saber que la Oferta de cualquier producto va de la mano con la Demanda, según Parkin y Loría (2010) "La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad de éste que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico" y Samuelson, Nordhaus (2005) mencionan sobre la demanda que "Existe una relación definida entre el precio de mercado de un bien y la cantidad demandada del mismo, si todo lo demás permanece constante".

Con esto se puede entender que la demanda es la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar según su precio y un determinado momento, por lo general entre mayor es el precio, menor es el consumo y al contrario; entre menor precio, mayor sería el consumo del producto. El precio actual en mayo 2018 de la tonelada métrica del aceite de palma crudo es de \$679 CIF-Rotterdam.

## **Potencial Comercial**

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE), potencial constituye un adjetivo que si es usado referente a un periodo expresa posibilidad comercial; refiriéndose a una cosa, constituye un adjetivo que significa de fácil aceptación en el mercado que le es propio. Conociendo estos dos significados, se puede determinar que el potencial comercial es la posibilidad que tiene alguna cosa, para fines de esta investigación se refiere a un producto que será aceptado en un mercado en un periodo de tiempo específico.

Como fue mencionado en el párrafo anterior, la investigación busca conocer el potencial comercial del aceite de palma africana que sería el producto, como primer punto se debe definir que es un producto. Stanto, Etzel, Walker (2007) definen un producto como "un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable. Cada producto se identifica por un nombre descriptivo (o genérico) que el común de la gente entiende " (p.220).

Por otro lado Kotler, Armstrong (2007), definen un producto " como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad" (p.237). Tomando en cuenta estos dos conceptos, se pueden entender que un producto es las cosas, objetos o servicios utilizados cada día y son identificables, los cuales cumple una función específica. También es importante saber que cada producto tiene diferentes características específicas propias que lo diferencia de otros productos, aunque ambos posean función similar por lo que cada producto es único.

Resulta importante que se pueda identificar que un producto es separado de la marca, como es mencionado por Stanton et al (2007), "la marca y el servicio posventa, que apelan a las emociones del consumidor o agregan valor, no tienen parte en esta interpretación "estricta", de acuerdo con la cual una Apple y una Dell serían el mismo bien: una computadora personal" (p.221). Una marca constituye lo que aporta un valor agregado a un producto, pero no define que es el producto.

Una vez identificado un producto, se deben definir los diferentes factores que determinan el potencial comercial, los mismos van direccionados principalmente para esta investigación en los factores del comercio internacional como los siguientes:

### **Logística**

Logística, Coyle (2013), la define como:

La logística es el proceso de anticipar las necesidades y los deseos de los clientes; adquirir el capital, el material, las personas, las tecnologías y la información necesarios para satisfacer esas necesidades y deseos; optimizar la red productora de bienes o servicios a fin de cumplir con los requerimientos del cliente y utilizar la red para cubrirlos de manera oportuna(pp. 36-37).

Así Mora (2011), define la logística como "proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa" (p.7), por estas dos definiciones se puede determinar que la logística es todo el proceso que se lleva a cabo para poder trasladar un producto desde su punto de producción hasta el lugar de consumo final. Igualmente como es mencionado por Dorta (2013) tener una buena logística es vital ya que la misma:

Reside principalmente en los costes y el servicio al cliente. Los costes logísticos incluyen la gestión de inventarios, el procesamiento de pedidos, los fletes de transporte, los seguros, el almacenamiento, el manejo, la carga y descarga, el embalaje y la documentación. Estos costes tienen un peso muy importante en el precio final del producto. Una adecuada gestión logística no sólo economiza los costes señalados, sino que también reduce o elimina los denominados costes ocultos, más difíciles de valorar pero no por ello menos importantes. Estos costes, que se pueden evitar, incluyen los asociados a la pérdida de ventas por falta de satisfacción de clientes y distribuidores, el coste por demora, los intereses del capital invertido en la mercancía, directamente relacionados con la duración del envío, y las pérdidas por falta de un seguro que cubra los riesgos (p.5).

Para temas de esta investigación la logística del producto empieza desde el lugar de cosecha del aceite de palma africana hasta que la misma es exportada a México para ser comercializada en este país, uno de los papeles más importantes en la logística constituye el tema del transporte ya

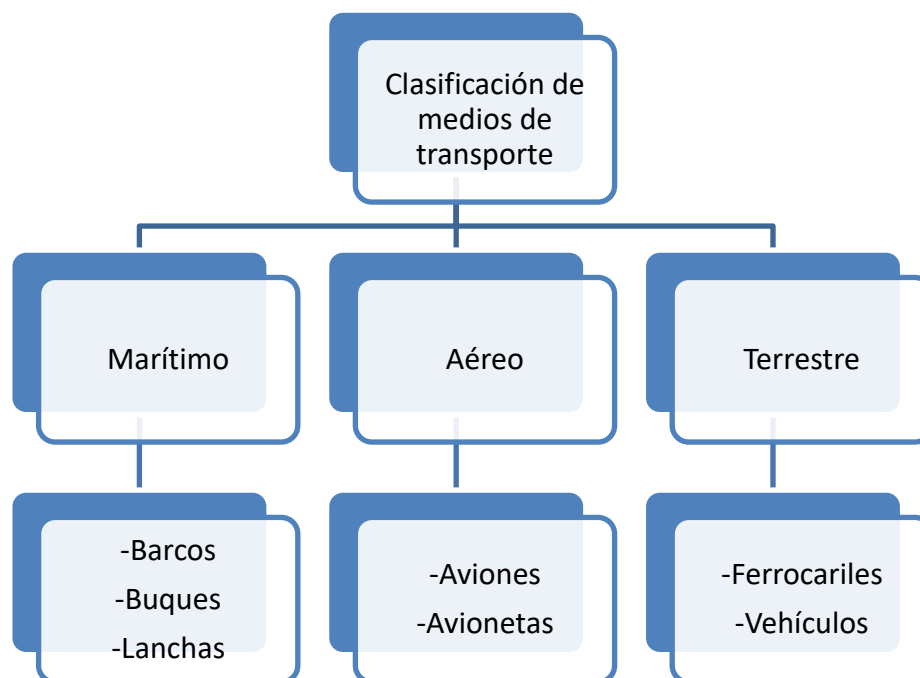
que como lo define Coyle (2013) es "el movimiento físico de personas y bienes entre los puntos de origen y destino" (p.379), de aquí la importancia del transporte en el proceso pues sin él no existe la forma de movilizar las mercancías, en la actualidad se cuenta con muchos medios de transporte como lo son: el marítimo, terrestre y aéreo.

Escoger el adecuado medio de transporte para una compañía es muy importante ya que como es mencionado por Coyle (2013) "La eficiencia de la transportación promueve la competitividad de una cadena de suministro. En términos de administración del suministro" (p.379). Como es conocido toda empresa busca ser la más competitiva en su mercado pues eso significa mayor movimiento de su producto.

### **Tipos de Transporte**

En la siguiente figura se muestra la clasificación y los distintos medios de transporte:

Figura 1: Clasificación medios de transporte



Fuente: Elaboración propia de datos de Coyle, 2013

### ***Transporte Marítimo***

Marítimo, Dota (2013) menciona sobre este tipo de transporte:

Es el medio de transporte más utilizado en el comercio internacional debido a su menor coste y mayor capacidad de carga. Este tipo de transporte tiene dos grandes especializaciones: el transporte de "carga fraccionada", que normalmente lo realizan los buques de línea regular, y el de "carga masiva", que se realiza entre dos puntos de poco tráfico marítimo, generalmente en los llamados "buques tramp" (p.31).

Como es mencionado por Dota este es el medio de transporte más utilizado a nivel mundial y se puede deber a como lo menciona Velasco y Molins (2013) "este modo de transporte es el único que permite desplazar mercancías de grandes dimensiones y en grandes cantidades, ya que las limitaciones de los buques no son tan acusadas como las de los vehículos terrestres o aéreos" (p.449).

En un transporte marítimo la mercadería es transportada en buques, de los cuales existen varios tipos si se escogen generalmente por el tipo de mercancía que se deba transportar, en esta investigación para el aceite de palma aceitera en caso de utilizar un tipo de transporte, se debe emplear un buque a granel cisterna como lo mencionan las Normas Internacionales de los Alimentos, en el código para el almacenamiento y transporte de aceites y grasas comestibles a granel (2015); los cisternas tienen una capacidad de carga desde las 200 hasta 2500 toneladas, deben cumplir ciertas restricciones como ser de un acero suave y contar con un revestimiento interno para evitar la corrosión y se debe revisar antes de cada carga de aceite.

### *Transporte Terrestre*

El siguiente medio de transporte es el terrestre, sobre este Velasco y Molins (2013) afirman

Las principales ventajas del transporte terrestre son: la velocidad, la fiabilidad, el coste razonable, la capacidad, el embalaje más ligero y la regularidad. Sin embargo, el transporte terrestre se enfrenta a dos grandes limitaciones: • El peso y las dimensiones (tanto de la carga como del vehículo). • Los tiempos de conducción y descanso (p.459).

Dota (2013), igualmente menciona que el transporte terrestre es poco complejo y accesible para cualquier exportador y se considera casi de puerta a puerta. Este es el medio de transporte más antiguo por lo que resultará más accesible para cualquier persona que requiera transportar una mercancía, este tipo de transporte también incluye el transporte ferroviario.

Sobre el transporte de aceite de palma Africana, las normas Internacionales de los Alimentos, en el código para el almacenamiento y transporte de aceites y grasas comestibles a granel (2015) menciona que los cisternas o contenedor líquidos a granel debe "Cuando los aceites y grasas están totalmente refinados y desodorizados para consumo humano directo, los depósitos

por lo general son de acero inoxidable, o de acero suave revestidos con resinas epoxídicas" (p.4). Es importante decir que para el transporte del país a México, este es el medio de transporte más utilizado.

### *Transporte Aéreo*

El último medio de transporte constituye el aéreo, para fines de esta investigación no es considerado como una opción para transportar el producto ya que como es mencionado por Velasco y Molins (2013)

Hay que saber que el transporte aéreo no está indicado para todo tipo de mercancías. Las principales limitaciones de un avión para su uso en el transporte de mercancías son:

- La capacidad de carga del avión (Payload)
- Las dimensiones de las puertas: Limitan que un bulto pueda ser admitido en un determinado tipo de avión.
- La existencia del piso de las bodegas: varía según el tipo de avión, y es mayor en la bodega principal.

A diferencia de los restantes medios de transporte, en el aéreo no hay aviones especializados por tipo de carga, sino que la especialización se consigue a través de los medios auxiliares de transporte (contenedores y paletas aéreas, embalajes especialmente adaptados como el "envirotainer" para mercancía bajo temperatura controlada, paletas-jaula para animales u otros).

Como se puede determinar este medio de transporte no resulta ideal para todos los productos y hay muy específicas ocasiones o tipos de productos en los que puede ser utilizado, por cuestiones de peso y características de producto, como fue mencionado con anterioridad se descarta este tipo de transporte para la investigación.

## **Embalaje**

Otra parte muy importante a la hora de transportar mercancías es el embalaje, según Velázquez y Molins (2013) se define embalaje como "colocar la mercancía durante el transporte 'en-bala'", es decir, en un atado o bulto, cuyas finalidades, como señala Enríquez de Dios (1994),(p.426) y el mismo es muy importante durante el transporte y el objetivo principal como lo menciona de Dota (2013) "constituye la protección de la mercancía para el proceso de transporte. Sus funciones son proteger, identificar, informar, exhibir y facilitar la manipulación. El embalaje suele incluir cartón, plástico, palé y contenedor multimodal" (p.18).

Como se mencionó en el párrafo anterior el embalaje de un producto es fundamental ya que protege y resulta esencial para poder identificar el producto durante su tiempo de tránsito del lugar de destino al lugar de origen. Para poder escoger qué tipo de embalaje se debe utilizar, se debe analizar las diferentes características del producto, tiempo de tránsito y el tipo de transporte para elegir con el fin de poder brindarle la mayor protección.

## **Competencia.**

Gutiérrez (2013) define la competencia como "el fenómeno libre, de interacción constante entre las empresas en un mercado; que busca conquistar antes que la otra, al consumidor con precios o una mejor calidad de productos y servicios"(p.26).

Como se ha mencionado en la investigación el aceite de palma presenta una gran competencia a nivel mundial, ya que existen muchos productores alrededor del mundo. Por lo que es necesario como es mencionado por Gutiérrez tener un producto competitivo con precios o con la mejor calidad.

## **Ventaja Competitiva**

La ventaja competitiva va de la mano con la competencia ya que como es mencionado por Torres y Vega (2007) "Una empresa presenta un ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas" (p.2).

Para las empresas costarricenses pueden crear esta ventaja aprovechándose de la imagen del país y de las oportunidades que esto presenta. Costa Rica es conocida como un país verde, como es mencionado por Soto (2013)

Por recomendación del profesor Gary Gereffi, del Centro de Globalización, Gobernanza y Competitividad de la Universidad de Duke, de Estados Unidos, destaca que a marca mundial de conservación y la imagen verde que tiene el país es una ventaja comparativa que se debe aprovechar para una estrategia comercial a nivel local y global (prr.1)

La ventaja que esto presenta para los productores de aceite de palma, sobre los demás países productores es muy grande y debe ser aprovechada al máximo para que el producto pueda competir a nivel internacional.

## **CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO**

## **Enfoque de la Investigación**

La investigación tiene un enfoque cualitativo ya que tiene una base de literatura existente de otras investigaciones o publicaciones tanto físicas o electrónicas y luego recolectar información sobre opiniones de análisis de datos por parte de personas con conocimientos en el tema, como es mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2010) "Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación" (p.7).

Durante una investigación con este enfoque es muy probable que surjan nuevas preguntas o ideas, por lo que constituye una investigación muy dinámica, en la cual siempre va a ser necesario estar buscando nueva literatura para poder respaldar los problemas, al final poder generar las nuevas teorías o resultados y que estos se encuentren fundamentados propiamente.

Se decide realizar una investigación cualitativa ya que como es mencionado por Hernández, et al (2010) "El enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión o expansión” de los datos e información" (p.10). Se pretende analizar los conocimientos sobre el tema y presentarlos de una nueva forma que permita la expansión, pero en el presente trabajo no se prueba ninguna teoría.

## **Diseño de la Investigación**

La siguiente es una investigación dinámica y posee un paradigma interpretativo pues mediante la recolección de datos se pretende estudiar, explicar e interpretar los datos, con el fin de cumplir con los objetivos de la investigación por lo cual se cataloga como un estudio hermenéutico y de teoría fundamentada, se encuentra centralizada en la realidad del producto en estudio, aceite de palma africana, para lograr esto se utiliza la teoría aplicada en realidad con la información recaudada por las entrevistas.

## **Población**

La población de la investigación se puede considerar amplia ya que abarca a todas las personas y empresas involucradas con la producción y comercialización del aceite de palma africana, como lo son las empresas, productos y todos sus trabajadores, así como entidades públicas y privadas que facilitan o controlan la comercialización, entre ellas están: el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), la Promotora de Comercio Internacional (PROCOMER), el Ministerio de Hacienda o agentes privados como los auxiliares de la función pública. Por ser una población muy amplia, la muestra va a ser seleccionada a criterio del investigador.

## **Muestra**

Se cuenta con una muestra no probabilística, de las diferentes poblaciones diversas en el estudio como lo son las diferentes instituciones y empresas que se ven involucradas en la producción y comercio del aceite de palma africana, las muestras en esta investigación serán seleccionadas de manera intencional a competencia del investigador, según se consideren necesarias, dadas las condiciones del estudio.

Tabla 2: Muestra de la Investigación

<b>1</b>	Entrevista 1	CANAPALMA
<b>2</b>	Entrevista 2	COOPEAGROPAL
<b>3</b>	Entrevistado 3	CICOMEX
<b>4</b>	Entrevistado 4	PROCOMER
<b>5</b>	Entrevistado 5	Agente de aduanas
<b>6</b>	Entrevistado 6	Agente de aduanas
<b>7</b>	Entrevistado 7	CANAPALMA

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

### **Fuentes de información de la Investigación**

## **Fuente primaria**

Es la información que se obtiene mediante la aplicación de un instrumento de investigación, en este caso se realizará mediante entrevistas, la cual nunca ha sido publicada y es original proveniente de las personas que se considere pertinente entrevistar, esta información será interpretada y analizada por el investigador a su conveniencia.

## **Fuente secundaria**

La fuente secundaria de información es la que proviene de forma original de un autor y que fue publicado, puede ser tanto de forma física como digital, entre los más comunes se pueden hallar: libros, revistas, monografías, etc. Para fines de esta investigación se recopilará información de varios autores, utilizada de forma textual mediante el empleo de citas, con el fin de poder generar un análisis que pueda respaldar los resultados obtenidos mediante las fuentes primarias de información. Resulta importante tener claro que esta información no puede ser alterada y sirve como una base para realizar la investigación.

## **Unidades de Análisis de la Investigación**

### **Oferta**

Samuelson y Nordhaus (2005) sobre la oferta dice "El lado de la oferta de un mercado se refiere, normalmente, a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos" (p.51).

Para fines de esta investigación, la oferta de un producto constituye la cantidad de bienes que los productores pueden poner a la venta en un mercado, durante un momento y un lugar determinado. La oferta se ve afectada y determinada según las diferentes variables económicas y de producción que se presentan en el momento, de los cuales se considerarán los más importantes como son varios aspectos de la producción y las variables económicas en el país. Entre los factores más importantes de la producción que afectan la oferta son las condiciones propias para cultivar el producto como: tipo de semilla, condición del clima, plagas, estado del suelo, de estos muchos pueden ser controlados por los productores, lo que puede brindar una estabilidad a la oferta. La importancia de la oferta de la investigación es para poder evaluar el potencial comercial que el producto tiene en el país.

### **Potencial comercial**

Son las diferentes posibilidades que tiene un producto de colocarse en un mercado internacional para ser comercializado de la una forma donde se aproveche su potencial al máximo y generar el mayor nivel de ganancias a los productores o empresas exportadoras, este potencial se mide con diferentes factores entre los cuales se encuentran: políticas comerciales, competencia, factores económicos o de logística que generan que el potencial sea mayor o menor y los mismos son cambiantes con el tiempo; depende tanto del estado de estos factores en el país de origen como en el país de destino. Con estos factores cambiantes, es vital conocer de primera mano el potencial actual del producto para aprovechamiento y siempre buscar formas de que los factores cambiantes se vuelvan más estables o como mejorarlos para que aumente el potencial comercial del producto.

### **Instrumentos Utilizados en la Investigación**

## **Cuestionario**

García (2003) define un cuestionario como "un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas" (p.2).

Este instrumento de investigación consiste en un conjunto de preguntas que son realizadas a diversos actores con el fin de obtener la información necesaria para la investigación. Se utiliza un cuestionario con preguntas abiertas y semiestructuradas en el cual al sujeto se le efectúa una pregunta y queda a su libertad contestar como considere apropiado. Lo que es ideal para una investigación cualitativa ya que permite obtener gran volumen de información para ser procesado.

## **Entrevista**

Según Hernández, et al (2010) una entrevista "Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)".

Es un intercambio de ideas u opiniones que se da entre dos o más personas de una manera profesional, donde el control es llevado por el entrevistador quien realiza las preguntas. Constituye una técnica directa y dinámica para obtener información que siempre es guiada por los objetivos de la investigación, se realizará de forma individual y personal con cada uno de los entrevistados. Donde el entrevistado tiene conocimientos sobre el tema y responde las preguntas. La entrevista tiene una base en el cuestionario semiestructurado, lo cual es una ventaja ya que permite al entrevistador efectuar preguntas extra o eliminar alguna según el desarrollo de la conversación, sin que la misma se salga del tema de la investigación.

## **Proceso para la Recolección y Análisis de Datos de la Investigación**

La recolección de datos de la investigación inicia con la información de las fuentes literarias como lo son libros, tesis, artículos y otras publicaciones, toda esta información debe ser clasificada ya que se van a obtener muchos resultados y es importante solo conservar los más relevantes para la investigación. La recolección de datos se realiza de manera descriptiva y solo se utiliza la información que sirve de base para el análisis de las entrevistas.

El análisis del instrumento de investigación se debe de realizar de manera simple y empírica el cual debe estar fundamentado, con el fin de poder llegar a elaborar un análisis de ambas fuentes de información y obtener la respuesta a los objetivos de la investigación.

La información recabada se ordenará en categorías de análisis por cada unidad de análisis que corresponde a los dos objetivos específicos de la investigación.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presenta un análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas con la muestra de la presente investigación, como primera parte del capítulo se presenta una tabla que muestra cada unidad de análisis, las cuales corresponden cada una a un objetivo específico planteado en la investigación y las respectivas categorías de análisis que surgieron mediante la aplicación de las entrevistas.

La segunda parte del capítulo consiste en la descripción y análisis de cada una de las categorías de análisis y para ello se utiliza toda la teoría presentada durante la investigación con el fin de confrontar ambos resultados, como última parte se realizará una interpretación que permita unir todas las categorías de análisis con el fin de dar respuesta al problema de investigación.

Tabla 3: Categorías de Análisis.

Unidad	Categoría
Oferta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Geografía y Clima</li> <li>2. Volumen de producción</li> <li>3. Calidad del producto</li> <li>4. Consumo Mundial</li> <li>5. Certificaciones Internacionales</li> <li>6. Competencia</li> <li>7. Precio</li> </ol>
Potencial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relación comercial</li> <li>2. Economía estable</li> <li>3. Gran consumidor de la industria alimenticia</li> <li>4. Logística</li> <li>5. Tiempo de tránsito</li> <li>6. Aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio</li> <li>7. Costos de Logísticas</li> <li>8. Imagen de Costa Rica</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las entrevistas

### **Unidad de Análisis 1: Oferta del aceite de palma africana costarricense**

En la primera unidad de análisis de la investigación se hace referencia a los distintos factores que permitan identificar la oferta de palma actual en el mercado costarricense. La oferta de un producto es definida por el Diccionario de la Real Academia española (RAE), como "Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado" (párr.1).

De igual manera como es mencionado por Samuelson y Nordhaus (2005) sobre la oferta dice "El lado de la oferta de un mercado se refiere, normalmente, a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos" (p.51).

Con esto se sabe que la oferta es cambiante según el momento en que se encuentre y está afectada por los diferentes factores propios de cada empresa y producto, de esta unidad se obtuvieron las siguientes categorías de análisis:

1. Geografía y Clima
2. Volumen de producción
3. Calidad del producto
4. Consumo Mundial
5. Certificaciones Internacionales
6. Competencia
7. Precio

A continuación se describirá cada una de estas categorías, con frases obtenidas de las respuestas de las entrevistas aplicadas a los diferentes entrevistados con conocimientos en el tema para luego ser analizadas con teorías desarrolladas en capítulos anteriores.

## **Categoría 1: Geografía y Clima**

### **Descripción**

Según lo indicado en las entrevistas realizadas a los diferentes profesionales se obtiene una primera categoría de análisis que va enfocada a la geografía y clima del país como factor determinante para la oferta del producto:

*"muy importante en el aspecto de la producción son las condiciones climáticas y del suelo donde se cultive la palma ya que la misma necesita cantidades específicas [sic] de agua y sol, es un cultivo muy delicado al contrario de los que mucha gente piensa."(Entrevistado 1)*

*"la calidad del producto que se genera en Costa Rica, principalmente por las condiciones climáticas con las que cuenta el país y la variedad que se siembra en el país, El ASD es una empresa en Coto que hace muchos años fabrica diferentes semillas según las condiciones climáticas " (Entrevistado 3)*

*"nuestro país por la geografía y clima tiene las condiciones necesarias para producir aceite de palma de la mejor manera" (Entrevistado 4)*

### **Análisis**

Para poder tener una oferta de cualquier producto hay que producir, de ahí la importancia de la primera categoría de análisis y lo mismo queda en evidencia con los resultados obtenidos mediante las entrevistas, además el país posee todas las condiciones necesarias para esto, como es mencionado por Quesada(2004)

Para el cultivo de palma son necesarios ciertos factores, primero el climático se necesita un promedio anual de temperaturas entre 23C

y 27C se considera óptimo, y cualquier temperatura menor a los 19C sería perjudicial, y En [sic] el Pacífico Central la temperatura promedio es óptima para la siembra comercial de palma; los promedios mensuales anda entre los 25C y 26C. Para el buen crecimiento y abundante fructificación se considera necesario una precipitación entre 1.750 y 2.000 mm anuales, y en la zona pacifica [sic] del país se tiene cuatro meses cuya precipitación es inferior a los requerimientos de la palma (menos de 199 mm/mes,) y cuatro meses en los que la precipitación es excesiva (más de 400 mm/ mes, durante los meses de julio a octubre) por lo que es necesario tener un buen sistema de avenamiento, para controlar los niveles de agua en el suelo. De igual forma Se considera que la palma demanda entre 1 500 y 2 000 horas luz por año y cinco horas por día y en la zona se han observado hasta alrededor de 400 Langley por día, por lo que se encuentra en lo optimo [sic](pp.6-7).

Con base en lo expuesto en el punto anterior se justifica que las condiciones geográficas y del clima son determinantes para la oferta del aceite de palma y que por esa razón el país produce un producto de calidad y cantidad suficiente para una buena oferta.

## **Categoría 2: Volumen de Producción**

### **Análisis**

Esta categoría demuestra el segundo factor de mayor importancia para la oferta del producto de la investigación, como fue demostrado por los entrevistados, es esencial que la empresa aproveche al máximo la capacidad de producción.

*Yo creo que el principal tema es el de productividad por hectárea, actualmente no se aprovecha al máximo la capacidad productiva de cada hectárea, este se podría mejorar con la aplicación de nuevas tecnologías mejores fertilizantes que generen que podamos producir mayor volumen de fruto por hectárea. (Entrevistado 1).*

*"A mayor volumen, más oportunidad de negociar. En los últimos años, se han dado coyunturas que han permitido esto como lo es la oferta conjunta de los productores palmeros de nuestra zona para representar el mayor volumen posible para viabilizar los negocios" (Entrevistado 2).*

*Siemprese puede mejorar la productividad por hectárea, que una sola plantación produzca mayor cantidad, para que siempre haya una gran cantidad de oferta disponible (Entrevistado 3)*

### **Análisis**

Esta categoría demuestra la importancia para la oferta de tener un mejor aprovechamiento de cada hectárea sembrada para tener mayor volumen de producción, en el país como es mencionado por los Ingenieros McLaren Benavides y Espinoza (2007) "Actualmente se estima que en Costa Rica se han establecido alrededor de 51.000 hectáreas de palma aceitera, las cuales se desarrollan mayoritariamente en las zonas del Pacífico central y Pacífico sur."

Quesada (2004)

El rendimiento actual, en Costa Rica, es de 3,8 ton/ha/año de aceite pero por las condiciones agrotecnológicas y el nivel educativo de los productores de palma, se puede esperar conservadoramente que dicho rendimiento se puede elevar a 6,5 ton de aceite crudo/ha/año. Esto le permitirá seguir compitiendo por productividad a nivel internacional con los productores de aceite de palma y con otras oleaginosas (p.5).

Es esencial aprovechar al máximo la capacidad productiva de las plantaciones de palma aceitera, aunque ya se cuenten con las condiciones de la primera categoría de análisis si el volumen de producción no es aprovechado al máximo, no se puede tener una oferta del producto amplia que beneficie a los productos y consumidores.

### **Categoría 3: Calidad del Producto**

#### **Descripción**

Para generar oferta un producto de calidad y que esta se pueda diferenciar de otros países productos y poder competir con la mejor calidad, sobre esto los entrevistados mencionan lo siguiente:

*"calidad de los productos principalmente. La calidad es una gran ventaja que nuestro país tiene sobre otros países y la ASD es muy importante para lograr esa calidad" (Entrevistado 2).*

*"La calidad, el producto en nuestro país es de mejor calidad que el de otros países, y como mencionamos antes esto puede ser debido a los factores de nuestro país para tener una buena producción y el tema del ASD"(Entrevistado 3)*

## **Análisis**

ASD Oil Palm Papers (2007) explica que ASD Costa Rica (Agricultura Services and Development) es una empresa dedicada a la producción de material para la producción de palma aceitera, la misma inició desde 1968, se dedicó a acumulación de varias semillas de la especie *Elaeis*, con el fin de modificar y desarrollar nuevas especies las cuales le han permitido ser el mayor suplidor de semillas a nivel internacional

Tener el ASD en Costa Rica, presenta una gran ventaja para los productores nacionales ya que se tiene el acceso más fácil a las semillas de calidad que la competencia internacional y contar con buenas semillas resulta fundamental como es mencionado por Ing. Quesada (2004) "la palma de aceite se debe contar con el material genético con un alto potencial de rendimiento, adaptado a las zonas productoras resistente a las enfermedades y tolerantes a plagas" (p.8).

Con la cita anterior se confirma que tener una buena base de producción es fundamental para tener un producto de la mejor calidad y Costa Rica es pionero en este campo desde hace muchísimos años, según ASD Oil Palm Papers (2007) "Durante el periodo entre 1986 y 2015, ASD vendió semillas con las cuales se han plantado más de 1.8 millones de hectárea en América, Asia y África" (p.3).

Si en Costa Rica, se cuenta con una empresa como la ASD que permite a los productores crear un producto de mucha mayor calidad que lo diferencie del resto del mundo, se debe aprovechar al máximo ya que se tiene un fácil acceso a semillas de calidad.

#### **Categoría 4. Consumo Mundial**

##### **Descripción**

En estas categorías de análisis se muestra la importancia de tener una demanda para un producto que siempre va de la mano con la oferta, una depende de la otra. Y el aceite de palma tiene una gran demanda de consumo a nivel mundial, los entrevistados mencionan lo siguiente.

*“El aceite de palma está entre uno de los más consumidos mundialmente si no me equivoco está entre el segundo y tercer puesto los otros 2 serían el de girasol y soya pero el aceite de palma específicamente el crudo es necesario para la buena producción de otros alimentos ya que le da características específicas como crujiente o un color dorado que no es posible a través de otros aceites” (Entrevista 1)*

*“El aceite de palma es el que más ha crecido en el mundo durante ya varios años superando a la soya que por muchos años fue y por mucho el líder en el mundo de los aceites vegetales para consumo. En Latinoamérica, México y Colombia son los países que más aceite de palma consumen” (Entrevista 2)*

*"México es el tercero que consume más en el mundo después del de soya y girasol, entonces lo coloca entre los 3 primeros de aceites consumidos."(Entrevistado 3)*

*"El mercado mexicano es uno de los más grandes a nivel mundial en la industria alimenticia, por lo que existe gran demanda de productos de este tipo por lo que un producto como este tiene un gran mercado" (Entrevistado 4)*

### **Análisis**

Como es mencionado por European Palm Oil Alliance (2015)

El consumo mundial se elevó de 14,6 millones de toneladas en 1995 hasta 61,1 millones de toneladas en 2015, convirtiéndolo en el aceite más consumido del mundo. Los principales consumidores de aceite de palma son China, India, Indonesia y la Unión Europea. India, China y la UE no producen aceite de palma crudo y su demanda se satisface enteramente mediante importaciones. En 2015, India, China y la UE representaron el 47,9 por ciento de las importaciones mundiales (p.1).

La demanda del producto a nivel mundial es muy grande y constituye uno de los aceites más consumidos a nivel mundial y se puede deber a sus múltiples usos como es mencionado por Romera y Boiza para el diario El Economista.com (2017) "Está presente en bollería industrial, tartas, pasteles, chocolatinas, cremas, margarinas, patatas fritas, productos de cacao, aperitivos salados y hasta en los champús. El aceite de palma inunda nuestras vidas y su consumo no para de crecer" (p.1).

### **Categoría 5: Certificaciones Internacionales**

## Descripción

RSPO (Round table on Sustainable Palm Oil) constituye una organización sin fines de lucro que tiene como principal objetivo el desarrollar un estándar de producción sostenible de aceite de palma y uno de los elementos para la producción y oferta, es cumplir con las diferentes regulaciones o acuerdos internacionales que permitan al producto con los estándares internacionales de producción, los entrevistados mencionan la importancia de esto.

*"Los principales exportadores de aceite del mundo son Indonesia y Malasia pero si lo vemos al potencial que tenemos nosotros como país con relación a estos nuestra oferta es mínima, aparte de esto creo que el factor más importante en la actualidad entra con un poco de la producción y el tema a nivel internacional de la RSPO, estos es una certificación que trata temas de cómo se debe producir el aceite de palma y creio que esto afecta mucho la producción, pero al mismo tiempo de un nivel de calidad muy alto, cumplir con el RSPO es esencial para la producción y PalmaTica está certificada desde el 2014" (Entrevistado 1)*

*"Aparte de esto se podrían buscar diferentes certificaciones a nivel nacional e internacional en este casi podrían ser las ISOO o alguna certificación en temas de control ambiental al ser un producto agrícola, sobre el tema de palma africana sé que hay algo que es muy importante que es la RSPO que es una certificación mundial que le da un plus al producto." (Entrevistado 4)*

## Análisis

Como es mencionado por Ramírez (2017) " El cultivo de palma de aceite ha sido objeto de polémica por los impactos negativos, ambientales y sociales que conllevó su rápida expansión en el sudeste asiático. Se estima que ocasionó una pérdida del 30% de bosques tropicales" (p.4), esto condujo a la necesidad de que se llegara a un acuerdo internacional para que la palma africana no sea considerada como un mal producto para el ambiente.

La RSPO en su página oficial (2018), menciona lo siguiente:

La RSPO es una organización sin fines de lucro que reúne a 7 partes interesadas en el sector del aceite de palma: productores, comerciantes, fabricantes de bienes de consumo, minoristas, bancos/inversores y organizaciones no gubernamentales ambientales y sociales. Se desarrollaron un conjunto de criterios ambientales y sociales que las empresas deben cumplir para certificarse como palma sostenible, tener este certificado dice que se cumplen con los criterios apropiados para minimizar el impacto negativo del cultivo.

Ante las diferentes amenazas que ha sufrido el aceite de palma africana, de evitar su consumo por varias empresas principalmente europeas, es esencial contar con una certificación como la RSPO, la cual garantiza que se consume un producto que no atenta contra el medio ambiente y tiene altos estándares de calidad.

## **Categoría 6: Competencia**

### **Descripción**

La competencia siempre es un factor esencial para una oferta y eso implica tanto competencia nacional como internacional, Sánchez (2012) menciona que Asia constituye el país con mayor producción de aceite de palma, luego en este orden se encuentran África, América del sur y central y en último lugar Oceanía, se evidencia también en las siguientes frases:

*“A nivel de competencia a la palma tica no le afecta más bien nosotros buscamos incentivar la producción de pequeñas familias o cooperativas para producir más y nosotros le compramos el producto para realizar el proceso de industrialización en nuestras plantas refinadoras, así que esto genera no una competencia, sino una cooperación mutua ellos venden su producto y nosotros tenemos suficiente del mismo para comercializar” (Entrevistado 1)*

*“La producción de palma ha crecido en Centroamérica, lo cual provoca más oferta, y sí en un futuro podría afectar la oferta nacional” (Entrevistado 2)*

*“La oferta que ofrece Costa Rica en cantidad es mucho menor a la otras potencial del producto por lo que si la competencia internacional afecta ya que ellos pueden ofrecer mayor volumen, pero como antes nos diferencia el tema de calidad y sobre la competencia nacional es un tema estratégico, las grandes empresas para asegurar su producción para la refinería (industrializarlo) las empresas garantizan su producción mínima con sus propias siembras y*

*por otro lado aseguran a los productores independientes la compra de los cosechas casi al 100 por ciento” (Entrevistado 3)*

*“Claramente la oferta de nuestro país es mínimo en comparación con la de otros países más grandes y en vez de como nos afecta es importante ver como el país se diferencia del resto y creo que la principal ventaja es la imagen de país verde que nos caracteriza del resto del mundo, especialmente con la situación de otros productos y la deforestación de bosque” (Entrevistado 4)*

## **Análisis**

La RAE define como competencia " Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio" por lo que la competencia tiene que ver tanto con la oferta como la demanda del producto. La demanda como es mencionada por Loría (2010) "La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad de éste que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico"

La competencia debe ir de la mano con la demanda, como fue mencionado antes en esta investigación el consumo mundial es muy alto, por lo que como es mencionado por los entrevistados, pese a que la competencia mundial es grande, no resulta tan grande y podría tener cierta afectación si la competencia local aumenta, pero si la nacional no aumenta, podría aumentar a nivel latinoamericano.

## **Categoría 7: Precio**

### **Descripción**

Como para la mayoría de las transacciones económicas, el factor del precio juega un papel muy importante y a la hora de determinar la oferta no es la excepción, como lo dejan ver las siguientes respuestas de los entrevistados.

*“No creo que el precio en este caso sea tan determinante para la oferta ya que el mismo se ha mantenido muy estable con el paso de los años a finales del 2017 e inicios de este año hubo una baja considerable en el precio, pero como sabemos el precio es fijado mundialmente así que la afectación es general tanto como compradores y productores saben, así que no afecta tanto a la oferta del país. Recuerde que este precio es fijado internacionalmente por los países más productores por lo que Costa Rica al tener una oferta mínima mundial en comparación con el resto del mundo, nosotros no afectamos el precio”. (Entrevistado 1)*

*“Afecta mucho. Principalmente por los precios que vienen de Asia, que junto con enormes volúmenes llegan extraordinariamente competitivos al mercado mexicano las variantes del mismo se debe a razones como el incremento en la oferta a causa del incremento en las siembras de palma en el mundo y la inestabilidad en el precio del petróleo” (Entrevista 2)*

*“El precio no me parece que sea una variable que afecte de manera negativa, el precio está fijado internacionalmente y el precio al que se compra aquí es el mismo que se va a comprar en Indonesia u otro lugar del mundo, la diferencia la hace el costo de producción y los tiempos de tránsito y almacenamiento, esa es la mayor afectación, pero no directamente el precio del aceite”. (Entrevistado3)*

*“Creo que la principal variante de los precios en los últimos años no se debe a Costa Rica, ya que nosotros solo somos tomadores de precio no fijadores, el cambio se debe a acciones en países con mayor influencia en el producto, y tal vez la iniciativa de la Unión Europea de tratar de eliminar o bajar al mínimo el consumo de aceite de palma, no afectaría la oferta nacional de primera mano, pero muchas veces las acciones tomadas por un gran potencia llega a tener efectos en nuestro mercado” (Entrevistado 4)*

## **Análisis**

El precio actual del aceite de palma CIF Rotterdam ronda entre los \$600 y es un precio internacional fijado mundialmente, como Samuelson y Nordhaus (2005) mencionan sobre la demanda que "Existe una relación definida entre el precio de mercado de un bien y la cantidad demandada del mismo, si todo lo demás permanece constante" y lo mismo es lo que se obtuvo de las entrevistas, el precio es importante, pero en la actualidad se ha logrado mantener muy estable por lo que no

está afectando la oferta, aunque también es importante tener en cuenta que el mismo no es controlado por el país por lo que no hay que entrar en una zona de conformidad con el precio.

## **Unidad de Análisis 2: Potencial comercial del aceite de palma africana en el mercado mexicano**

En la segunda unidad de análisis de esta investigación se identificarán las diferentes ventajas, limitaciones u oportunidades del potencial comercial que tiene la palma de aceite costarricense para ser exportada al mercado mexicano. Para esto se busca determinar el potencial comercial mediante diferentes factores que serán expuestos a continuación.

Cambiar a potencial

Como fue mencionado con anterioridad en la investigación el potencial comercial es definido por el Diccionario de la Real Academia Española (RAE), potencial constituye un adjetivo, que si es usado referente a un periodo expresa posibilidad comercial; referente a una cosa es un adjetivo con el significado de fácil aceptación en el mercado que le es propio.

Teniendo esto en mente se pueden extraer las siguientes categorías de análisis:

1. Relación comercial
2. Economía estable
3. Gran consumidor de la industria alimentaria
4. Logística
5. Aprovechamiento del Tratado de libre comercio
6. Costos de Logísticas
7. Imagen de Costa Rica
8. Competencia

### **Categoría 1: Relación comercial**

#### **Descripción**

En la primer categoría de análisis de la segunda unidad, se muestra una larga y buena relación comercial con que cuentan ambos países desde hace muchos años y facilita el comercio de gran manera, esto se debe a muchos factores, pero principalmente a un gran esfuerzo político que se da para facilitar el comercio entre ambos y esto también se puede demostrar durante las entrevistas.

*“Mira, honestamente en término de números o años de hace cuánto es la relación realmente no tengo el dato, pero si es una buena relación y tal vez por eso nuestro primer TLC fue con México, eso quiere decir que desde antes de eso tendría que existir una buena base. México es un país muy grande con muchas oportunidades para hacer negocio y estar cerca de Costa Rica y hasta tener el idioma nos facilita la relación comercial”. (Entrevistado 1)*

*“Es una buena relación comercial, existen muchas facilidades para comercializar entre ambos países como el TLC. Y por eso con el paso de los años las exportaciones e importaciones crecen”. (Entrevistado 2)*

*“La relación entre ambos países ha sido muy buena, creo que eso mejoró con el TLC, existen muchos factores para que esa relación sea buena desde la cercanía, hablar el mismo idioma y en muchos aspectos sociales y culturales de consumo son muy similares. Parte de nuestro trabajo como asociación es trabajar en esa relación comercial, ayudar a inversionistas a saber cómo se encuentra el país y que ocupan para invertir, y nos aprovechamos de la buena relación comercial entre ambos países” (Entrevistado 3)*

*“Con México tenemos una relación comercial de muchos años, y para muchos nuevos exportadores puede resultar un país atractivo para exportar por la cercanía, pero al mismo tiempo podría resultar un mercado difícil para ciertos productos ya que ellos producen cosas muy similares a nosotros en especial como frutas, verduras etc. Pero siempre existen muy buenas oportunidades de exportación, y PROCOMER siempre busca promover y ayudar a las empresas a colocar su producto en el extranjero” (Entrevistado 4))*

## **Análisis**

Como es mencionado por el reporte de la relación comercial y de inversiones entre México y Costa Rica (2016)

México es el primer socio comercial de CR, sexto destino de exportaciones y primer proveedor entre los países de América Latina y el Caribe. Costa Rica es el quinto socio comercial para México, así como décimo destino exportador y el tercer proveedor en la región (p.3)

El reporte también menciona que para que exista una buena relación comercial entre dos países, es necesario que exista una buena relación que beneficie a ambos y por lo general la misma empieza desde un punto de vista político. En el país se mantiene una relación de muchos años; dicho reporte además menciona que "En los últimos once años el comercio bilateral creció 583%, al pasar de 534 mdd en 2000 a 3,648 mdd en 2011, lo que representó una tasa de crecimiento promedio anual de 19%" (p.2) por lo que aparte de una buena relación comercial muy buena, la misma es exitosa y está en constante aumento.

El que Costa Rica y México tengan una buena relación comercial resulta muy importante a la hora de comercializar productos entre ambos países ya que facilita las negociaciones y da confianza a productores y comerciantes a la hora de realizar los diferentes envíos de sus productos.

## **Categoría 2: Economía Estable**

### **Descripción**

Para poder comercializar con un país es necesario conocer cómo se encuentra su economía actual y un poco a futuro ya que una economía estable resulta atractiva a un mercado y tiene gran potencial comercial, de las entrevistas se puede rescatar:

*“La economía de México es muy buena, es uno de los mercados más grandes de consumo alimenticio más grandes de Latinoamérica, es muy estable, podría ahorita sufrir algunos cambios por el cambio de gobierno pero nada que afecta nuestras negociaciones y comercialización con el país del aceite” (Entrevistado 1)*

*“Para esto hay que abordar varias aéreas, número 1 ellos en México ahorita se encuentran en un proceso de elección donde posiblemente haya un cambio de ideología, llegaría una persona izquierda con ideas diferentes al rumbo que ha tenido el país durante las últimas dos décadas si las elecciones fueran hoy, pero esa no es la única variable, sabrá usted que ayer USA les informó a sus socios Canadá y México que les va a gravar con impuestos la exportación de acero y esto implica una escalada en la toma de decisiones y toma de acciones que vayan tomando estos otros países, esto implica que México con el fin de satisfacer su importación eventualmente, para satisfacer sus demandas nacionales puede ser que vuelva a ver hacia el mercado de Latinoamérica que era algo predecible de la elección de Donald Trump, pero quedó como stand by por la renegociación del tratado de estos países, sin embargo, con lo que ayer ya activa alarma, y hay posibilidad de que la oferta exportable de Costa Rica crezca, e igual para las exportaciones provenientes de México ellos buscaran nuevos lugares para comercializar” (Entrevistado 3)*

*“Actualmente México es un país económicamente estable como todos sabemos tiene gran capacidad adquisitiva, ahorita por el cambio de gobierno podría generarse cierta incertidumbre, pero no creo que sea de gran afectación, menos en el campo de la industria alimentaria ya que muy grandes empresas tienen sus sedes en mejor y las mismas al ser tan grandes tienen mucho poder económico”. (Entrevistado 4)*

*“La economía mexicana ha venido creciendo a un ritmo moderado, pienso que es muy difícil que se genere una crisis económica a menos que se dé una fuga de capitales o que se reduzcan las exportaciones a USA”. (Entrevistado 5)*

*“El PIB mexicano bajo 2 puntos porcentuales en 2017, además de la incertidumbre que rodea la re-negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), este panorama creó una disminución en la inversión. También hay que mencionar la difícil situación fiscal que atraviesa el país azteca, así como un aumento en la inflación. En cuanto al comercio internacional este se vio fortalecido (exportaciones) gracias al fortalecimiento de la producción industrial en Estados*

*Unidos, aunado a este hecho hay que mencionar que la fuerte devaluación del peso mexicano provocó un aumento en la competitividad hacia los mercados extranjeros”*  
(Entrevistado 6)

## **Análisis**

Como es mencionado por el gobierno mexicano, en su informe rasgos generales de la evolución económica de México (2018)

Durante el tercer trimestre de 2017, la economía mexicana presentó una contracción, la cual reflejó tanto la desaceleración más acentuada de algunos componentes de la demanda agregada, como los efectos adversos, aunque temporales, ocasionados por los sismos y por la importante reducción de la producción petrolera que tuvieron lugar en septiembre (p.11).

Pese a la pequeña recesión económica que sufrió el país mexicano durante la última parte del año 2017, dicho informe (2018) también resalta "El valor de las importaciones de mercancías en el penúltimo mes de 2017 se ubicó en 37 mil 80.6 millones de dólares, lo que representó un incremento anual de 8.2 por ciento" (p.23). Lo que demuestra que pese a que su economía se vio afectada un poco el año pasado, este sigue siendo un país muy atractivo para comercializar (importar) productos y este porcentaje más bien aumenta.

Como fue mencionado por varios de los entrevistados es muy importante resaltar que actualmente existen dos grandes factores que generan cierto tipo de incertidumbre alrededor del país; el primero, el proceso de elecciones para el cambio de presidente y el otro, es la relación comercial México-USA. Sobre el primer punto Najjar (2018) para el portar de noticias de la BBC, menciona

Que en las elecciones de este primero de Julio los mexicanos no solo eligen al nuevo presidente sino que también votarán por candidatos a gobernadores, un jefe de gobierno, alcaldes, concejales, regidores, juntas municipales, sindicaturas, senadores y diputados locales y federales. Y actualmente Andrés Manuel López Obrador es el candidato líder de las encuestas y esto

significaría un cambio de ideología del gobierno si este resulta elegido como presidente (párr.1).

Sobre el segundo tema, los 3 países miembros del TLCAN (México-USA- Canadá) empezaron una renegociación como es mencionado por Fowks y Fariza para el diario El País (2018), en abril del presente año los países tuvieron reuniones muy productivos y se acordó acelerar los plazos para lograr un acuerdo lo antes posible. Luego de esto la situación cambió un poco con las una decisión tomada por el gobierno de los Estados Unidos, el portal de noticias de la CNN (2018) resalta que el

Presidente Trump impuso por primera vez un arancel del 25% sobre el acero y un arancel del 10% sobre las importaciones de aluminio que a partir del 1 de junio se aplicará a estos productos provenientes de México, Canadá y la UE (párr.1).

Esto generó una tensión comercial entre México y USA, que podría traer cambios importantes según se comportara la economía.

### **Categoría 3: Gran consumidor de la industria alimentaria**

#### **Descripción**

La existencia de un mercado que compre el producto debe ser identificado para que se pueda comercializar el mismo con un país, debe ser suficientemente amplio para que la cantidad que se vaya a exportar sea significativa.

*“El alto consumo de la industria, da mucho potencial para exportar a este país” (Entrevistado 1)*

*México es un gran consumidor de aceite de palma en el que se encuentran industrias muy reconocidas a nivel mundial, como lo son Cargill, AAK, Oleofinos y otros”. (Entrevistado 2)*

*“El mercado mexicano es uno de los más grandes a nivel mundial en la industria alimenticia, por lo que existe gran demanda de productos de este tipo por lo que un producto como este tiene un gran mercado” (Entrevistado 4)*

*“Hay que tomar en cuenta que Costa Rica representa el 23% de las importaciones de aceite de palma de México lo que significa que tenemos la cuarta parte del mercado mexicano” (Entrevistado 6)*

### **Análisis**

Balderas (2013) menciona en su análisis de alimentos procesados para la Secretaría de Economía de México "México se encuentra entre los principales diez productores a nivel mundial de alimentos procesados, en 2012 la producción creció 3.3% con respecto al año anterior." México es un país con gran producción de alimentos procesados y esto se puede deber a la gran cantidad de empresas tanto nacionales como extranjeras que tienen sus procesos de manufacturas en este país, entre ellas se pueden rescatar la Nestlé, Unilever, Bimbo, Kellogg Co, Mars Inc., entre otras, las cuales hacen que el aceite de palma sea comprado como materia prima para la elaboración de sus productos.

El contar México con gran cantidad de empresas que necesitan aceite de palma africana para producir sus productos, lo convierte en un país con gran potencial comercial, con mayor razón de que estas son empresas grandes y reconocidas a nivel mundial.

### **Categoría 4: Logística**

## Descripción

La siguiente categoría de análisis hace énfasis a las facilidades logísticas que tiene nuestro país para exportar a México, debe recordarse que Mora (2011) define la logística como "proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa", sobre esto se extrae de los entrevistados:

*Cercanía, es mucha facilidad logística, es mucho más barato, muchas opciones de transporte son las facilidades, lo que puede afectar esto es la falta de infraestructura que tienen el país en puertos y carreteras". (Entrevista 1)*

*"Infraestructura de transporte terrestre, marítimo e instalaciones portuarias eficientes. Son tres pilares para una cadena de comercialización eficaz". (Entrevista 2)*

*"El transporte los tiempos de tránsito, aquí entra el tema de Nicaragua, si el transporte es terrestre con la situación actual se van a tener que buscar nuevas formas como la marítima por lo que se podrían incrementar los costos" (Entrevista 3)*

*"Aparte del tema geográfico que anteriormente conversamos creo que el punto para una logística exitosa más importante es la cantidad de oferta logística, existen múltiples empresas que realizan viajes o transportes a México por cualquiera de las vías ya sea marítima, terrestre o aérea, tener una gran oferta de transporte significa buenos precios accesibles. En tema de transporte a México creo que el más eficiente para la palma africana y según mis conocimientos es el marítimo por motivos de volumen y complejidad debido al cambio de placas al ingresar a la frontera mexicana, el transporte terrestre es sumamente más complejo". (Entrevista 4)*

*"Aprovechar las rutas comerciales existentes". (Entrevista 5)*

*“El tema del transporte y sobre todo el transporte terrestre es en temas logísticos es el punto de mayor inflexión puesto que la normativa mexicana establece que solo camiones con placas mexicanas ingresan a ese país (hay que realizar un transbordo), por lo que claramente esto retrasa toda la logística de entrega del producto y encarece al mismo, dentro de las últimas negociaciones que tuvieron ambos países se trataron de limar esas asperezas con tal de darle fluidez al transporte sin embargo este tema como también la declaración de origen del producto son puntos en los que no se han logrado establecer acuerdos satisfactorios en ambas partes. Además de este problema hay que sumarle el costo encarecido que significa transportar mercancías dentro de Centroamérica esto por temas de seguridad, narcotráfico, tráfico de armas que son algunas de las realidades que golpean la zona y que se deben de contemplar en cualquier plan de exportación que se realice”. (Entrevista 6)*

## **Análisis**

Como se puede rescatar de los entrevistados existen múltiples factores de logísticas que influyen en la comercialización del producto a México, entre los más destacados está el tipo de transporte por utilizar ya que existen múltiples opciones y la distancia, Coyle (2013) lo señala como "La eficiencia de la transportación promueve la competitividad de una cadena de suministro. En términos de administración del suministro" (p.379), por lo que escoger el medio de transporte correcto es ideal, según la necesidad de la empresa y la cantidad de producto.

Sobre el segundo punto de los tiempos de tránsito en Costa Rica se puede aprovechar la cercanía con México, para exportar el aceite de palma ya que el mismo ronda entre 5-12 días si el transporte es marítimo y entre 6-9 días si es terrestre, esto proporciona una gran ventaja sobre otros países productores como Asia, donde el transporte de este tipo de producto solo sería marítimo y con un tiempo de tránsito incluso mayor de 30 días aproximadamente.

Una gran desventaja del país sobre este tema es la mala infraestructura para el transporte de mercaderías, sea portuario o terrestre, como es mencionado por Chávez (2010)

En el estudio de competitividad global 2010-2011 del foro Económico Mundial, Costa Rica ocupa el puesto 132 de 139 países

analizados en infraestructura portuaria y el puesto 111 de desarrollo vial, este es un problema que el país arrastra desde hace años y que se debe principalmente a las trabas para el desarrollo de vías, puertos, aeropuertos y obras públicas.

En términos de logística se tienen muchas ventajas y varias desventajas que se deben tomar en cuenta a la hora de comercializar el producto en el mercado mexicano, entre ellos se encuentran la cantidad de opciones de medios de transporte, el tiempo de tránsito por la cercanía, pero se podría considerar el más importante: el costo, al ser más bajo es beneficioso y atractivo para los exportadores.

### **Categoría 5: Aprovechamiento de Tratado de Libre Comercio**

#### **Descripción**

El TLC (Tratado de Libre Comercio), como se menciona en el periódico La Nación (2003) es "un contrato entre dos o más países para intercambiar bienes y servicios sin que haya de por medio impuestos de importación, o aranceles." P1 Costa Rica y México cuentan con un TLC desde 1995 que entró en vigencia y se extrae de las entrevistas, lo siguiente:

*“Si se aprovecha mucho, no tener aranceles facilita el comercio increíblemente, todo está estandarizado para ambos países”. (Entrevistado 1)*

*“Así es, permite acceso sin aranceles a la producción de palma de CR”. (Entrevistado 2)*

*“Si el TLC se aprovecha completamente, las ventajas del TLC para ambos países es súper aprovechada, pasa por un tema de cumplimiento de normativa arancelaria y desgravación arancelaria” (Entrevistado 3)*

*“Sí, el TLC es una gran ventaja para ambos países ya que su primer objetivo es facilitar el comercio, una de las cosas más atractivas es la exoneración de los aranceles y la*

*estandarización de documentación para la exportación e incluso la solución de conflictos, estoy seguro que en temas de palma africana los exportadores y productores aprovechen el mismo al máximo” (Entrevistado 4)*

*“Sí claro que se aprovecha, el aceite de palma goza de trato preferencial con México” (Entrevistado 5)*

### **Análisis**

El Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y México, es el primero que el país firmó en su historia y tiene varios objetivos, el SICE de la Organización de los Estados Americanos (2018) menciona que los mismos son:

- a. estimular la expansión y diversificación del comercio entre las Partes;
- b. eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y de servicios entre las Partes;
- c. promover condiciones de competencia leal en el comercio entre las Partes;
- d. aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes;
- e. proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual en territorio de cada Parte;
- f. establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado;
- g. crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.

El más aprovechado por los comerciantes de aceite de palma africana sería el segundo objetivo, sobre eliminar las barreras de comercio donde la principal barrera es la arancelaria y que gracias al tratado, estos se ven reducidos o eliminados completamente. También se ve reflejado en las opiniones de los entrevistados mencionados con anterioridad.

## **Categoría 6: Costos de Transporte**

### **Descripción**

El costo del transporte de mercaderías, es un factor muy importante a la hora de exportar, ya que constituye uno de los costos más grande a la hora de realizar la transacción comercial, para esto también entra en juego los Incoterms, el cual será seleccionado a la hora de negociar la exportación, se rescata de los entrevistados.

*“Es el tema del costo, el precio para exportar y transportar a México es mucho más barato que hacerlo a otros países, y si se tiene buen volumen de exportación constante los precios de esto se pueden mantener bien estables”. (Entrevistado 1)*

*“Principalmente tiene que ver con la oferta exportable. A menor volumen de oferta, más difícil es el acceso por los costos logísticos. Nuevamente, es obligatorio mencionar que en los volúmenes en la oferta exportable radica gran parte del éxito”. (Entrevistado 2)*

*“Los costos logísticos son esenciales ya que por cercanía no tienden a ser tan elevados y eso es de mucha ayuda para los vendedores y compradores” (Entrevistado 3)*

### **Análisis**

Como se puede rescatar de las entrevistas que el precio del transporte es importante al momento, no constituye el factor más determinante a la hora de comercializar el producto, ya que los precios no son tan elevados y existe una gran oferta en el mercado de diferentes tipos de transporte. Sin embargo, como es mencionado por Banco Mundial (2013)

Centroamérica tiene uno de los transportes terrestres más elevados y esto se puede deber a la falta de carreteras secundarias de buena calidad, los caros servicios de transporte terrestre y prolongados procedimientos en los pasos aduaneros son factores clave que no facilitan el comercio, lo que afecta la acometividad logística de la región y encárese los precios de transporte.

Al ser los costos de transporte accesibles esto incrementa el potencial comercial pues los costos que no se utilizan en el transporte, pueden ser utilizados de otras formas y de igual manera es más fácil comercializar el producto ya que es más atractivo a los compradores.

## **Categoría 7: Imagen de Costa Rica**

### **Descripción**

La imagen que proyecta un país a nivel internacional tiene gran relación con el potencial de comercializar sus productos con el resto del mundo y como es conocido, Costa Rica suele tener una imagen de ser un país amigable con el ambiente, de paz y de ser una economía estable, esto permite diferenciar los productos provenientes del país, los entrevistados rescatan que:

*“Nuestro país es conocido como un destino para invertir en él como por la calidad, la imagen de país verde y con otros factores de la economía estable y moderna nos facilita ser buenos para el comercio con otros países” (Entrevistado 1)*

*“Economía estable con seguridad jurídica para hacer negocios de largo plazo. País con una institucionalidad democrática y políticas de comercio exterior capaces de adaptarse a los tiempos modernos”. (Entrevistado 2)*

*“El país tiene la imagen ser un país verde que protege el ambiente y eso es algo que se podría tomar como diferenciador al resto del mundo” (Entrevistado 3)*

*“Desde el punto de vista de PROCOMER todos los productos tienen la opción de certificarse bajo la marca país esencial Costa Rica, la misma busca posicionar al país a nivel internacional aprovechándose la imagen mundial que tenemos de ser un país verde con buenas garantías sociales entre otros”. (Entrevistado 4)*

*“Con la marca país, de PROCOMER es algo que se podría aprovechar mucho para diferenciar el producto ya que le otorgó un nivel de calidad aún mayor y certificado”.*  
(Entrevistado 5)

## **Análisis**

Costa Rica como una economía estable, Toarla, para el consejo presidencial de economía (2017), menciona que

Durante el 2017 la economía se mantuvo estable, manteniendo el ritmo de crecimiento del 2016 sin ser verdad varios pronósticos que decían que la economía se iba a desacelerar durante este año, lo que no es el caso y es demostrado en diferentes aspectos como la inflación bajo, Llegó al 1,77% en junio y se mantiene dentro del rango meta establecido por el BCCR, otro aspecto es el crecimiento económico moderado El Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) reflejó una variación interanual de 3,87%, este semestre lo que demuestra un crecimiento de la producción.

El tener una economía estable incentiva al inversionista y compradores del extranjero a comercializar con el mercado costarricense, ya que les garantiza un éxito en su inversión y genera también una seguridad a largo plazo. El otro aspecto que se puede aprovechar de Costa Rica para diferenciar el producto es la marca país, es una estrategia para posicionar la imagen del país a nivel internacional de una manera integral en turismo, inversión y exportaciones. Para licenciar un producto es necesario cumplir con los valores de la marca País "Esencial Costa Rica", que se encuentran en la página esencial Costa Rica de PROCOMER (2018) y son:

- Sostenibilidad: Este asegura una adecuada gestión ambiental, social y financiera.
- Excelencia: Valor agregado que ofrece un producto o servicio que lo hacen especial y único.
- Innovación: transformación continua en pro de mejorar el servicio o recurso ofrecido a los clientes.
- Origen costarricense: El producto o servicio debe ser enteramente desarrollado en territorio nacional.

- Progreso social: Se aseguran crecimiento personal y profesional de los colaboradores de la empresa, garantizando que alcanzarán su máximo potencial y desarrollarán todas sus capacidades en función de evolucionar como empresa.

Certificar un producto o empresa como marca país garantiza que se cumplen estos valores y ayuda a los compradores mundiales, además a identificar que el producto es de calidad de origen costarricense, lo que podría ayudar a diferenciar el aceite de palma de otro de diferentes países que también producen el mismo producto.

Aprovechar la imagen que tiene el país ante el mundo, es esencial pues como fue mencionado con anterioridad, parte de la problemática de la producción de aceite de palma era por su impacto ambiente, pero si se aprovecha la imagen del país con un programa como la marca país, aumenta el potencial comercial del producto.

## **Categoría 8: Competencia**

### **Descripción**

La última categoría de análisis de la segunda unidad de investigación corresponde a la competencia del producto, en este caso a nivel internacional ya que es un punto que puede afectar con gran impacto la decisión de los países de comprar el producto de algún país u otro, se puede extraer de las entrevistas.

*“Como conversamos nuestra oferta a nivel mundial es mínima, así que sí podría afectar comercializar con otros países ya que Indonesia, Malasia, Colombia entre otros le podrían vender más, lo importante con esto es no limitarse sino buscar como diferencial al producto para ser más atractivos al comercio internacional en temas de innovación de producción o la RSPO que nos daría un plus”. (Entrevistado 1)*

*“La competencia podría ser muy determinante para comercializar, la clave está en mantenerse competitivo y a la vanguardia en cuanto a mejoras a nivel de nuevos métodos de producción, industrialización y comercialización” (Entrevistado 2)*

*“Pese a que la competencia mundial en la producción de aceite de palma africana, Costa Rica domina la producción en la región, el producto más cerca es Colombia por lo que pese a que existe mucha competencia no afecta al país directamente por un tema de distancia” (Entrevistado 3)*

## **Análisis**

Como es mencionado por Cuellar (2016)

En el 2015 la producción de aceite de palma a nivel mundial fue de 62.68 millones de TM<sup>5</sup>. Indonesia y Malasia producen el 85 % del volumen mundial. La producción de Indonesia fue de 33 millones de TM, que representa el 52.65 % de la producción mundial. Malasia produjo 20.5 millones de TM. En Latinoamérica el principal país productor fue Colombia con 1.13 millones de TM (p.2).

Pese a existir una gran oferta mundial del producto en la región centroamericana, Costa Rica es el país con una de las mayores producciones, es una producción muy pequeña comparada con los otros países productores, por lo que se rescata de las entrevistas y ya se señaló en categorías anteriores, se dan otros factores como cercanía con México, calidad del producto costarricense, entre otros, así no se afecta con la cantidad de volumen que otros países competidores pueden producir.

## **INTERPRETACIÓN DE DATOS**

El aceite de palma africana es un producto de gran importancia para la economía costarricense, al ser un producto del cual se exporta gran calidad. Este estudio permitió identificar los distintos factores que determinan el potencial del aceite de palma para ser comercializado específicamente en el mercado mexicano.

Primeramente se exploró la oferta nacional del producto y los diferentes factores que determinan la misma para que el producto sea comercializado en mercados extranjeros, posterior a esto se evalúa el potencial comercial del producto en el mercado mexicano, esto se logra

analizando los diferentes aspectos de un potencial comercial. Uniendo estos dos puntos se logra determinar que si existe un potencial muy grande y que se puede mejorar del aceite de palma africana para que el mismo se comercialice en el mercado mexicano.

La oferta del aceite de palma costarricense refleja principalmente que la misma es amplia en el país, el motivo principal se debe a la calidad del producto esto es posible en mayor parte a las condiciones climáticas y de suelo en Costa Rica lo que permite que la producción del aceite de palma sea ideal. La producción actual es amplia y esto va de la mano con otro punto muy importante sobre esto es que el consumo a nivel mundial del aceite de palma es muy grande siendo este uno de los principales aceites de consumo mundial.

Al tener una gran demanda mundial, genera de igual forma que exista una competencia muy amplia tanto nacional como internacional. En Costa Rica existen dos grandes empresas que son las de mayor importancia y comercialización de aceite de palma a nivel nacional y son competencia directa entre ellas. Sin embargo a nivel internacional existe un competencia mucho más grande principalmente en países como Singapur y Malasia que son los principales productores.

Para Costa Rica, es muy difícil competir con volumen con estos países ya que en extensión de terreno en estos países es más grande que la cantidad de terreno que tiene disponible Costa Rica para la producción. Sin embargo existe muchas otras formas con las que el país puede diferenciar su producto con la competencia como la calidad, certificaciones internacionales. Que logran que el país pueda posicionar su producto a nivel internacional.

México tiene un potencial comercial para el producto por múltiples razones, primero se destaca que Costa Rica y el país mexicano tienen una buena relación comercial, lo que facilita las exportaciones o importaciones entre ambos países. Es importante destacar que aquí entra el TLC y la importancia para facilitar el comercio entre los países, ya que estandariza el proceso lo que lo facilita para los exportadores o importadores.

Al tener una economía estable, el mercado mexicano resulta atractivo para comercializar diferentes productos, especialmente en la industria alimentaria que es uno de los mercados de mayor importancia y movimiento económico en México, y justamente en esta industria esto donde se comercializa el aceite de palma africana.

La logística y facilidades de transporte es otra razón muy importante que determina el potencial comercial del aceite de palma africana, esto es debido a la cercanía entre Mexico y Costa Rica lo que es atractivo para los exportadores y comerciantes ya que son menores los costos y tiempos de transito en comparación con otros posibles mercados como lo puede ser el Europeo.

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

Este capítulo detalla las conclusiones y recomendaciones más importantes de la investigación. Su relevancia está en que gracias a la línea teórica y las respuestas brindadas por cada uno de los entrevistados, se puede contestar el planteamiento del problema en estudio.

Las conclusiones permiten examinar si se da un aprovechamiento o no a la investigación y si en verdad Costa Rica tiene un potencial comercial.

### **Conclusiones de la Investigación**

Partiendo de la investigación realizada y las respuestas obtenidas por parte de cada uno de los entrevistados, se detallan a continuación las conclusiones más relevantes sobre Potencial comercial que presenta el aceite de palma africana costarricense para ser comercializada en el mercado mexicano.

El país cuenta con las condiciones geográficas y climáticas necesarias para realizar la producción de aceite de palma africana de la mejor manera.

Existe una oferta actual, con la que se cubra el mercado nacional y al mismo tiempo es lo suficientemente amplia para exportar.

Pese a tener un gran volumen de producción de aceite de palma africana, el mismo siempre se puede aumentar, para de igual manera aumentar la oferta.

El país produce un producto de gran calidad que es atractivo a mercados internacionales, la mayor calidad se obtiene gracias a la ASD

La demanda mundial del producto es la más grande en la industria de los aceites, lo que permite producir (generar una oferta) del producto con la garantía de que el mismo será consumido.

Gracias a las certificaciones internacionales como el RSPO se podrá mantener el consumo de aceite de palma, pese a los diferentes intentos de varias empresas de frenar su consumo y producción.

Aunque la competencia nacional e internacional existe y es amplia, el mercado resultalo suficiente para no sufrir gran afectación por este tema.

Al ser los precios fijados internacionalmente, se ha logrado manejar muy estable con el paso de los años, lo que no afecta la oferta a mayor escala.

Entre México y Costa Rica existe una buena y larga relación comercial que facilita el comercio del producto entre ambos países.

La demanda en México del aceite de palma africana es alta, gracias a la gran cantidad de industria alimenticia que se encuentra consolidada en este país.

Pese a que México tiene una economía estable, es importante estar pendiente de posibles cambios que puede sufrir la misma.

Es necesario aprovechar las ventajas logísticas, con las que cuenta Costa Rica para exportar a México a la hora de realizar una exportación.

El TLC es una gran oportunidad de Costa Rica para comercializar con el mercado mexicano.

El tiempo de tránsito, el costo del transporte y el potencial comercial son factores esenciales a la hora de exportar a México.

La marca país se debe aprovechar para diferenciarse de otros países productores de aceite de palma africana.

La competencia nacional e internacional es amplia, pero también es el mercado, por lo que no existe mayor afectación de la competencia, aunque siempre se debe tratar de diferenciar el producto.

## **Recomendaciones**

Como parte de las recomendaciones que se pueden dar a las distintas empresas y personas involucradas con el comercio de palma africana en Costa Rica, se pueden identificar las siguientes con el fin de aumentar su potencial comercial al máximo.

Se le recomienda a los productores aprovechar la oportunidad al máximo de contar con todas las condiciones necesarias para la producción de un producto de calidad: clima, geografía

y especialmente lo más pronto posible, que utilicen los servicios del ASD para contar con semillas de la mejor calidad que se ajuste a sus necesidades, para mejorar su oferta de producto.

Se recomienda a exportadores e importadores, estar pendientes del precio del producto a nivel Internacional siempre, aunque el mismo no muestre cambios constantes, pero a Costa Rica o México no influir al momento de fijar los precios, es necesario estar pendiente de los países competidores que si lo hacen, para prepararse y así el comercio no sufra una afectación.

A los productos, exportadores y comerciantes de aceite de palma africana se les recomienda estar pendientes de la economía mexicana, pese a que la misma es estable, en el futuro, por ciertas razones políticas se podrían dar cambios que afecten el potencial comercial.

Se recomienda a todos los entes involucrados en la logística del aceite de palma valorar cual es la mejor opción actual para el transporte del producto y que a la vez represente el menor costo a la otra de la comercialización, aprovechando la gran oferta de transporte internacional que se tiene en Costa Rica, para aumentar el potencial del producto al máximo.

Se recomienda a todas las empresas y productores, realizar el proceso para certificarse bajo el RSPO ya que la misma empieza a ser y será completamente fundamental para poder colocar el aceite de palma en mercados internacionales.

Se recomienda a las empresas y productores el implementar la marca país, es un plus al que se tiene acceso y brinda una diferenciación al producto, aprovechándose de la imagen que representa Costa Rica sobre otros países. Con esto se lograría diferenciar el producto con el fin de aumentar el potencial comercial.

Es necesario que los comerciantes de aceite de palma africana sigan aprovechando al máximo el uso del Tratado de Libre Comercio con México, por todas las facilidades que el mismo brinda a la hora de comercializar productos entre ambos países.

## REFERENCIAS

Albino I, de los Santos M, Dotor A, (2007), (Tesis de graduación) Importaciones de aceite de palma. Mexico D.F

Alonso E, (2009), Décimo quinto informe del estado de la nación. Costa Rica

Avendaño A, Ordosgoita A, (2005) Ruta exportadora de aceite crudo de palma procedente de la costa Caribe hacia el mercado de Alemania, Colombia.

FEDEPALMA, Oil Palm Papers (2017), informe #47 recuperado de [http://www.asd-cr.com/images/PDFs/OilPalmPapers/ASD\\_OIL\\_PALM\\_PAPERS-47.pdf](http://www.asd-cr.com/images/PDFs/OilPalmPapers/ASD_OIL_PALM_PAPERS-47.pdf)

Banco Central Costa Rica (2018) tipos de cambio recuperado de <http://indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCatCuadro.aspx?idioma=1&CodCuadro=%20435>

Banco mundial ( febrero 2013) artículo logística y transporte un gran camino por recorrer recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/02/07/logistica-transporte-en-centroamerica>

Conferencia mundial del sector palmero (2015) Bogotá, Colombia

Consulado general de México (2018) recuperado de <s://consulmex.sre.gob.mx>

Coyle J (2013) Administración de la cadena de suministros. CEGAGE

Chávez (2010) Mala infraestructura golpes de competitividad. La Republica prr 1

CNN noticias (mayo 2018) Trump impondrá nuevos aranceles para Canadá, México y la unión europea. Recuperado de [www.cnnespañol.cnn.com](http://www.cnnespañol.cnn.com)

Cuellar E (2016) informe de sondeos de precios de la fruta fresca y el aceite de la palma aceitera. Honduras: Fundación hondureña de investigación agrícola.

Dorta P (2013) Transporte y logística internacional. España: Universidad de las Palmas de Gran Canaria

European palm Oilid Alliance (2018) consumo de aceite de palma. Recuperado de [www.palmoildfood.eu](http://www.palmoildfood.eu)

Esquivel (2000) Geografía y desarrollo económico de México. México: Banco Interamericano de desarrollo.

Fowks, Fariza (Abril, 2018), EEUU y México pactan acelerar la renegociación del TLC para lograr un acuerdo lo antes posible. El país, recuperado de [www.elpais.com/america](http://www.elpais.com/america)

García, T (2013) El cuestionario como instrumento de investigación. España: Universidad Santa Ana

Herrera, G (2013) Transporte y logística internacional.

Hernández, E (2011) Análisis de rentabilidad de la palma africana en el elegido sierra morena municipio de villa corzo Chiapas. México: Universidad Autónoma Agraria

Kotler P, Armstrong G (2017) marketing versión latinoamericana.

Mora A (2011) gestión logística integral.

Mollins A, Velazco N (2013) España exporta manual de internalización. España

Najar A (2018) ,5 razones que hacen históricas las elecciones presidenciales en México. BBC mundo

Organización de los estados americanos (2018) SICE -TLC México Costa Rica, Costa Rica

Otarola S (2017) gobierno CR consejo presidencial económico recuperado de <https://www.procomer.com/>

Promotora internacional de comercio (2016) anuario estadístico recuperado de <https://www.procomer.com/>

Promotora internacional de comercio (2017) anuario estadístico recuperado de <https://www.procomer.com/>

Promotora Internacional de comercio (2018) Esencial Costa Rica recuperado de <https://www.procomer.com/>

La nación, (2013) ¿Que es un TLC?. Costa Rica, La Nacion Digital

Parking M, Loria M (2010) microeconomía

RSPO (2018) recuperado de <https://www.rspo.org/about>

Restrepo F (2016) tecnología móvil para visualizar las labores en campo y fuerza laboral en plantaciones de palma de aceite, Costa Rica: Revista palmas

Romera J, Boiza G (2017) El Economista el aceite de palma inunda nuestras vidas

Roman L (2011) R edescubre la tierra de los aztecas, Costa Rica, Procomer recuperado de [www.procomer.com](http://www.procomer.com)

Secretaria de relaciones exteriores México (1999) comisión mexicana para la cooperación centroamericana. Mexico

Secretaria de relaciones exteriores México (2016) reporte de la relación comercial e inversión. Mexico

Estaton J, Etzel M, Walker B (2017) fundamentos del marketing . Mexico: McGraw Hill

Samuelson P, Willian N (2005) microeconomía

Hernández R, Fernández C, Baptista M (2010) metodología de la investigación

Technoserve (2009) manual de palma africana

Vargas J, Calderon J (2011) Procomer detección de productos con potencial en el mercado mexicano

Velásquez E () canales de distribución y logística

## APÉNDICE

### Cuestionario

Buenas tardes estimado entrevistado mi nombre es Tiffany Morales Silva, estudiante de la Universidad Internacional de las Américas y me encuentro, actualmente, desarrollando el proceso de tesina para obtener el título de Bachillerato en Comercio Internacional, por lo cual, le agradezco se sirva a responder las siguientes preguntas y no omito manifestar que la información contenida en este instrumento, será utilizada únicamente para efectos de esta investigación.

1. Según su experiencia,¿cuáles son los principales factores más determinantes en la oferta del aceite de palma al mercado mexicano?
2. El aceite de palma se encuentra entre unos de los principales productos de exportación de la industria alimenticia costarricense durante los últimos años.Según su experiencia,¿cómo cree que es posible mantener esta estabilidad?
3. Con su experiencia en el negocio de aceite de palma africana,¿cuáles considera que son las principales variables de producción que afecten la oferta y porqué?
4. Considerando la economía actual y su opinión,¿qué tanto afecta el precio del producto la oferta al mercado mexicano?
5. De acuerdo a su experiencia,¿cuáles son los factores que han ocasionado las variantes en el precio en los últimos años?
6. Según su criterio,¿cuáles son las regulaciones no arancelarias que impactan de mayor manera a la oferta del aceite de palma tanto en Costa Rica como en México?
7. Según su experiencia a nivel mundial y nacional,¿qué tan grande es el consumo del aceite de palma (la demanda)? ¿Y en México?
8. Costa Rica tiene varios grandes productos y muchos pequeños productores asociados a cooperativas,según su experiencia en el mercado y producto,¿cómo afecta esto a la oferta a nivel de competencia?
9. La oferta internacional del aceite de palma africana a nivel mundial es muy alta, según su opinión,¿cree que esto afecta la oferta de nuestro país tanto para consumo nacional o para exportar al mercado mexicano?
10. De acuerdo a su experiencia,¿cómo cree que el país puede ampliar o mantener un crecimiento en la oferta del aceite de palma?
11. Con su experiencia,¿sabe cuál es la situación actual de la economía mexicana en general para exportar a este país?

12. México es el principal país con el que Costa Rica comercializa aceite de palma africana, según su criterio,¿a qué cree que se deba, consume México mayor cantidad del producto u otros proveedores?
13. En el país contamos con un TLC con México con su experiencia se aprovecha este para la comercialización del aceite de palma.De ser así,¿cómo se aprovecha?
14. Según su experiencia,¿cuáles son las condiciones del mercado mexicano que potencializan la comercialización del aceite de palma costarricense a ese mercado?
15. De acuerdo a su criterio,¿cuáles son las ventajas que tiene el aceite de palma costarricense para incursionar en el mercado mexicano?
16. Según su experiencia,¿cuáles son las condiciones comerciales de nuestro país que considera más importantes para colocar el producto en un mercado internacional?
17. Con sus conocimientos en logística del producto,¿cuáles cree que son determinantes para la comercialización del aceite de palma?
18. La producción del aceite de palma africana en México creció un poco en los últimos años, con sus conocimientos,¿cree que en algún momento la comercialización del producto proveniente de nuestro país pueda disminuir considerablemente?
19. El aceite de palma es uno de los de mayor producción a nivel mundial, de acuerdo a su opinión,¿cree que esto sea un impedimento para nuestro país al aumentar la comercialización de este producto por la gran competencia existente en la actualidad?
20. Según su experiencia,¿cómo cree que Costa Rica, puede diferenciar su producto de los demás productores en el mundo para competir en el mercado mexicano?
21. Según su experiencia,¿cómo cree que afectan la comercialización del producto en el mercado mexicano los costos logísticos de exportación?
22. Según su criterio profesional,¿cómo cree que los precios del producto influyen en la comercialización a la hora de una exportación?