

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIÑA (ANANAS COMOSUS VARIEDAD MD-2) ORGÁNICA HACIA
LOS PAÍSES BAJOS BAJO EL AACUE PARA LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA

Trabajo final de investigación aplicada sometido a la consideración de la Comisión del
Programa de Estudios de Posgrado en Administración Pública para optar al grado y título de
Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Administración Aduanera y
Comercio Internacional

LILLIANA ARAYA POCHET

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2021

Dedicatoria y agradecimientos

A un año 2020 muy difícil en todo sentido, pero que me ofreció la oportunidad de dedicarle el tiempo necesario a completar este trabajo para cumplir con el objetivo prometido a la empresa Agrícola La Danta y culminar mi meta profesional de obtener una maestría. Agradezco a mis lectores y profesor guía por su asesoría profesional y tiempo dedicado a revisar mi trabajo. Y especialmente agradezco a Juanca por su paciencia y apoyo constante durante todo este proceso, y a toda mi familia por siempre creer que lo iba a lograr.

“Este trabajo final de investigación aplicada fue aceptado por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Administración Pública de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Administración Aduanera y Comercio Internacional.”



Dr. Esteban O. Mora Martínez
Representante del Decano Sistema de Estudios de Posgrado



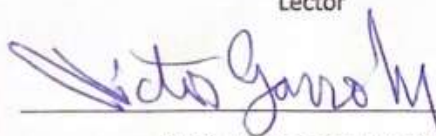
Dr. Rodolfo Arce Portugués
Profesor Guía



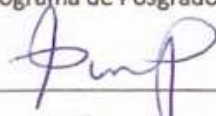
Dr. Gastón R. Arce C.
Lector



Máster Luis Eduardo Obando Rojas
Lector



M.SC. Víctor Garro Martínez
Director del Programa de Posgrado en Administración Pública



Lilliana Araya Pochet
Sustentante

Índice

Dedicatoria y agradecimientos	ii
Hoja de aprobación	iii
Índice	iv
Resumen Ejecutivo	ix
Lista de Tablas	xiii
Lista de Gráficos	xv
Lista de Ilustraciones	xvii
Lista de Anexos	xx
Glosario	xxi
Introducción	2
I. Tema.....	2
II. Justificación	2
III. Problemática para resolver	4
IV. Objetivos	5
V. Metodología	6
CAPÍTULO I. PERSPECTIVAS TEÓRICAS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA Y PLAN DE EXPORTACIÓN ..	14
1.1 Perspectivas teóricas de la agricultura orgánica.....	14
1.1.1. Datos globales de la agricultura orgánica	19
1.1.2. Agricultura orgánica en Costa Rica	28
1.1.3. Datos nacionales de la agricultura orgánica	31
1.2. Perspectivas teóricas para la confección de un plan de exportación	37
1.2.1. Selección de un mercado meta internacional	40
1.2.2. Variables del marketing para productos orgánicos	41
1.2.3. Proceso de exportación	44
1.2.4. Análisis FODA.....	45
CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DE LA PIÑA ORGÁNICA, NORMATIVA PARA SU CERTIFICACIÓN Y TÉCNICA AUTORIZADA, PERFIL DE LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA, Y DESCRIPCIÓN DE LA LOGÍSTICA PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO Y PROCESO DE EXPORTACIÓN	48
2.1. Piña orgánica	48
2.1.1. Descripción general de la piña.....	48

2.1.2. Características de la piña que se comercializa en la Unión Europea	50
2.1.3. Datos de las exportaciones de piña de Costa Rica.....	52
2.1.4. Producción de la piña orgánica en Costa Rica	57
2.1.5. Datos de exportaciones de piña orgánica de Costa Rica	61
2.2. Normativa para la certificación en agricultura orgánica	66
2.2.1. Normativa de la Unión Europea	66
2.2.2. Normativa de Costa Rica.....	73
2.2.3. Técnica autorizada de producción agrícola orgánica.....	80
2.3. Perfil de la empresa Agrícola La Danta	88
2.4. Logística de un estudio de mercado	96
2.4.1. Información del mercado	96
2.4.2. Búsqueda de compradores.....	97
2.4.3. Canales de comercialización	99
2.4.4. Evaluación de la competencia	100
2.5. Logística del proceso de exportación	101
2.5.1. Medios de agrupación para la producción y exportación.....	101
2.5.2. Aranceles	101
2.5.3. Acuerdos comerciales internacionales	102
2.5.4. Inscripción como exportador ante las entidades gubernamentales.....	103
2.5.5. Medio de transporte internacional.....	103
2.5.6. Operadores logísticos para las gestiones de transporte internacional	105
2.5.7. Costos y fijación del precio	105
2.5.8. Clasificación arancelaria	106
2.5.9. Establecer un acuerdo de compraventa internacional	107
2.5.10. INCOTERMS	109
2.5.11. Términos de pago	112
2.5.12. Medios de pago	113
2.5.13. Seguros de exportación y otros	114
2.5.14. Embalaje	115
2.5.15. Etiquetado	118
2.5.16. Documentos para la exportación.....	119

2.5.17. Requisitos de control de entrada	120
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA, ESTUDIO DE MERCADO DE LOS PAÍSES BAJOS, MATRIZ FODA Y LOGÍSTICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA PIÑA ORGÁNICA DE LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA HACIA LOS PAÍSES BAJOS	122
3.1. Análisis del proceso de certificación orgánica dentro de la normativa para la exportación de piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos	122
3.2. Estudio de mercado de los Países Bajos para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta	128
3.2.1. Información del consumidor de productos orgánicos en la Unión Europea y los Países Bajos	128
3.2.2. Mercado de los Países Bajos para productos orgánicos	133
3.2.3. Búsqueda de compradores para productos orgánicos agrícolas en los Países Bajos.....	136
3.2.4. Canales de comercialización de piña orgánica en los Países Bajos	140
3.2.5. Estudio de la competencia.....	152
3.3. Análisis FODA para la implementación de un plan de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos	166
3.4. Análisis de la logística de proceso de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos	171
3.4.1. Medios de agrupación para la producción y exportación.....	171
3.4.2. Establecer aranceles	171
3.4.3. Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE).....	172
3.4.4. Registro de exportador ante PROCOMER y MAG	175
3.4.5. Selección de medio de transporte internacional.....	176
3.4.6. Oferta de operadores de logística para el transporte internacional de piña orgánica a los Países Bajos	177
3.4.7. Precio de venta	180
3.4.8. Determinar la clasificación arancelaria	184
3.4.9. Establecer INCOTERM.....	184
3.4.10. Selección de seguros	185
3.4.11. Embalaje para la piña orgánica	186
3.4.12. Etiquetado para los productos que ingresan a la Unión Europea.....	187
3.4.13. Documentos para la exportación a la Unión Europea	193

3.4.14. Requisitos de control de entrada de productos en la Unión Europea	196
CAPÍTULO IV. PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA PIÑA ORGÁNICA DE LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA HACIA LOS PAÍSES BAJOS.....	199
4.1. Forma de certificación orgánica	199
4.2. Selección de agencia certificadora para la certificación orgánica	199
4.3. Fijación del precio de venta	200
4.4. Comprador	201
4.5. Operador logístico	202
4.6. Presentación del producto	205
4.6.1. Embalaje	205
4.6.2. Etiqueta	210
4.7. INCOTERM CIF	212
4.8. Seguros.....	213
4.9. Costos y gastos del plan de exportación.....	215
4.10. Término de pago	216
4.11. Medio de pago.....	217
4.12. Acuerdo para la compraventa internacional	217
4.13. Despacho de documentos para la exportación	219
4.14. Proyección del estado de resultados para la implementación del plan de exportación.....	232
4.14.1. Margen de utilidad sobre ventas	233
Conclusiones.....	234
Recomendaciones	238
Bibliografía.....	241
Anexos	263
Anexo A. Exportaciones de la Asociación De Productores Bio Ecológicos Del Norte (ProBio) entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.....	263
Anexo B. Exportaciones de Itacu Corporation Sociedad de Responsabilidad Limitada entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.	266
Anexo C. Exportaciones de LYL Proyectos MMV SA entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.....	267
Anexo E. Exportaciones de Nicoverde Sociedad Anónima entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos de piña orgánica.....	274

Anexo F. Registro en el sistema VUCE	275
Anexo G. Registro de Exportador en VUCE (RUE)	276
Anexo H. Cotización de operador logístico MILESTONE FRESH COSTA RICA	280
Anexo I. Cotización de operador logístico MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY COSTA RICA S.R.L	281
Anexo J. Cotización de Seguro de carga exportación: Instituto Nacional de Seguros.....	282
Anexo K. Cotización de tarimas europeas: Maderas y Tarimas Anchía.....	283
Anexo L. Cotización de 10000 cajas de empresa “Corrugados del Atlántico S.A.”	284
Anexo M. Cotización de 60000 etiquetas de: Etipres S.A	285
Anexo N. Contrato modelo de compraventa comercial internacional de mercaderías recomendado por la Cámara De Comercio Internacional (ICC siglas ingles)	286

Resumen Ejecutivo

Agrícola La Danta es una empresa pequeña dedicada a la producción de piña orgánica de la variedad MD2 (Clase I), ubicados en la zona norte en Sarapiquí, en la provincia de Heredia, de Costa Rica, su finca es de 70 hectáreas y destina el 42 % (30 ha.) de su superficie a la producción de piña orgánica; el resto de la propiedad se encuentra en áreas de conservación de bosque. La empresa cuenta con un grupo de líderes entrenados profesionalmente en temas de agricultura orgánica y produce en su finca gran parte de sus insumos orgánicos. La empresa busca potencializar la venta de sus cultivos en el mercado europeo de los Países Bajos.

Costa Rica continúa siendo el principal exportador de piñas hacia la Unión Europea y los Países Bajos (Países Bajos es parte de la Unión Europea), lo cual ofrece una ventaja competitiva para la exportación de la variedad orgánica de esta fruta, además la producción aún no está dominada por las transnacionales, la cual ofrece una oportunidad a los pequeños productores.

La agricultura orgánica introduce prácticas amigables con el ambiente como la rotación de cultivos para el uso eficiente de los recursos; prohibición del uso de pesticidas químicos, fertilizantes sintéticos y organismos genéticamente modificados; entre otros. Su implementación se da como alternativa sostenible al método convencional con el objetivo de formar un sistema alimentario que aumentara los ingresos y al mismo tiempo incrementara la seguridad y calidad de los alimentos. El aumento de conciencia entre las personas para el consumo de alimentos seguros y saludables producidos en armonía con la naturaleza ha sido muy importante para su evolución, además la coordinación internacional se tornó fundamental en la ruta de armonización de estándares nacionales e internacionales, para lograr la certificación orgánica de productos que fuesen reconocidos en el comercio internacional y dar garantía a los consumidores.

La Unión Europea es la primera región del mundo que estableció una normativa oficial adoptada por todos sus países miembros, buscando facilitar el comercio tanto para sus países europeos como con países fuera de la UE. Su reglamento ha sido modelo para los reglamentos de otros países como es el

caso de Costa Rica. En referencia a lo anterior la UE estableció dentro de su reglamento un término de categoría de "tercer país" que se refiere a una lista de países que poseen acceso más directo al mercado de la UE para comercializar sus productos orgánicos porque sus regulaciones son equivalentes a las de la UE y Costa Rica es uno de estos países.

Este trabajo pretende estructurar un plan de exportación para la empresa Agrícola La Danta. Primero comprobando que el mercado de los Países Bajos sea efectivamente apto para la exportación de su producto de piña orgánica e identificar como llegar a esos compradores, y desarrollar un plan de exportación que logre la posibilidad de establecer contacto directo con compradores teniendo así la oportunidad de negociar mejores términos de un acuerdo de compraventa internacional, y analizar los pasos del proceso de exportación y los costos asociados, con el fin de generar las herramientas para la implementación exitosa de un plan de acción personalizado para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta.

El proceso de certificación orgánica en Costa Rica, que deberá implementar la empresa Agrícola La Danta para exportar a la Unión Europea se determina en cuatro etapas: 1) "Régimen de control" que lo llevará a cabo junto a la Agencia Certificadora, la cual se debe utilizar Eco-Lógica por su trayectoria y además la empresa ya ha trabajado anteriormente con ella; 2) "Registro de Finca Orgánica" que se presentara ante el SFE una vez aprobada la certificación por parte de la Agencia Certificadora; 3) "Etiquetado Orgánico" donde se podrá utilizar legalmente el término "orgánico" y deberá ir acorde a las regulaciones sobre etiquetado de la Unión Europea; 4) "Certificado de exportación de producto orgánico" que lo tramitará tanto la Agencia Certificadora y el SFE procesándolo en la plataforma de la Unión Europea llamada "TRACES", que será requisito necesario para la entrada del producto a los Países Bajos y venderse como "orgánico". Además, Agrícola La Danta debe registrarse como exportador ante PROCOMER a través del Sistema de Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE 2.0) realizando el Registro Único de Exportador (RUE).

Para la logística de exportación, se debe utilizar como medio de transporte el marítimo, en contenedores refrigerado de 40 pies, desde el Puerto de Moín hasta el Puerto de Rotterdam, utilizando al operador logístico Milestone Fresh Costa Rica S.R.L. (que utiliza la compañía naviera

Mediterranean Shipping Company Costa Rica conocida como MSC), ya que cuenta con experiencia de enviar cargamentos refrigerados en los puertos mencionados, y además se especializa en cargamentos de frutas, verduras, flores, plantas y otros productos perecederos. Se debe obtener los seguros de carga de exportación, así como al crédito a las exportaciones, ambos ofrecidos por el Instituto Nacional de Seguros (INS). El embalaje de la carga de la piña orgánica se debe hacer por medio del uso de cajas de cartón corrugado (60x40x16), utilizando a la empresa “Corrugados del Atlántico S.A.” y con relación al uso de tarimas europeas, se utilizarían 21 tarimas por contenedor, 80 cajas por tarima que significaría unas 1680 cajas por contenedor. Para el etiquetado, debe realizarse una etiqueta comercial que debe estar impresa en las cajas, pero además imprimir etiquetas individuales (aunque no sea requisito) para cada piña orgánica, ya que, al verse físicamente igual a la convencional, es importante resaltar su valor agregado; además de incluir la información básica de la empresa y la descripción del producto es necesario para productos orgánicos incluir el logo de la Agencia Certificadora y el logotipo orgánico de la Unión Europea. Por último, Agrícola La Danta debe cumplir con la elaboración y/o verificación de los siguientes documentos mínimos que se requerirán para la exportación de su piña orgánica hacia los Países Bajos, los cuales son: el “conocimiento de embarque” que será emitido por MSC el cual reconocerá que la mercancía ha sido recibida a bordo y fungirá legalmente como documento de titularidad de la mercancía; el “manifiesto de carga” que también emitirá MSC como contrato de transporte de la piña orgánica; la “factura comercial” que debe emitir la Agrícola La Danta evidenciando la transacción con el comprador; la “lista de empaque” que también emite la empresa, donde describe detalladamente la carga; la “Declaración Única Aduanera de Exportación” que es emitida por la Dirección General de Aduanas (DGA) y tiene como objetivo presentar las descripciones, pesos, valores, clasificaciones arancelarias entre otros de la mercancía. La misma puede ser elaborada por una agencia aduanal, o por la empresa por medio del sistema VUCE 2.0. de PROCOMER; el “certificado de exportación de producto orgánico” que como ya se mencionó es procesado por la Agencia Certificadora y el SFE; y por último el “certificado de origen” ya que los productos que se exporten de Costa Rica a la Unión Europea deben ser considerados originarios para que gocen de los beneficios del AACUE. Este documento también se tramita por medio del sistema VUCE 2.0. de PROCOMER.

Agrícola La Danta debe promocionar su producto por diferentes canales para así establecer contactos comerciales con compradores (ferias como Bio Beur y Biofach, pautar en plataformas virtuales reconocidas como freshplaza.com, freshfruitportal.com, fruit.net, entre otros; o contactarles directamente con la información de sus páginas web). Después de analizar diferentes perfiles de posibles compradores, se debe seleccionar a la empresa Fairtrasa Holland, ya que es una empresa importadora en los Países Bajos especializada en el nicho de frutas y verduras orgánicas (incluyendo la piña orgánica) y cuentan con una presencia importante en Latinoamérica, sin embargo, de momento solo importan piña orgánica desde Costa de Marfil, y según su representante, si están interesados en piña desde Costa Rica. Por ser la primera contratación con Fairtrasa Holland, Agrícola La Danta debe realizar una venta de la producción de piña orgánica de 99.99 TM, en seis envíos de un contenedor cada uno, lo cual representa aproximadamente la producción de una hectárea en la finca de Agrícola La Danta. Se establecer fijar un precio de venta de exportación USD 0.91 por kilogramo de piña orgánica, y acordar el INCOTERM CIF, ya que esto puede ayudar a Agrícola La Danta negociar un mejor precio de venta, y tener mayor control de la exportación hasta que llegue a puerto de destino y con ello adquirir mayor confianza para próximas exportaciones. Por último, basado en lo anterior se realiza un análisis de costos asociados a la exportación para comprobar positivamente la rentabilidad de la implementación de este plan de exportación.

Lista de Tablas

Tabla 1.El proceso del plan de exportación según Leeman	38
Tabla 2. Requisitos de calidad de las piñas para su comercialización de acuerdo con la norma de UNECE Standard FFV- 49, utilizada por la Unión Europea.	50
Tabla 3. Los entes privados y cooperativas más importantes que prestan apoyo para la producción y exportación de piña orgánica	58
Tabla 4. Descripción del marco legal de la normativa para la producción orgánica en la Unión Europea.....	69
Tabla 5. Descripción del Marco legal de la normativa de la producción orgánica en Costa Rica	75
Tabla 6. Requisitos mínimos de control y medidas precautorias para la producción orgánica en Costa Rica	80
Tabla 7. Ficha Técnica Agrícola la Danta.	89
Tabla 8. Técnica de agricultura orgánica destacada en los cultivos de la empresa Agrícola la Danta.	92
Tabla 9. Etapas de la certificación agrícola orgánica en costa rica.....	122
Tabla 10. Agencias certificadoras con certificación vigente* en ARAO-SFE	123
Tabla 11. Tipos de consumidores de productos ecológicos en la Unión Europea*	130
Tabla 12. Datos generales de los Países Bajos.....	133
Tabla 13. Ferias comerciales de productos orgánicos más importantes para los Países Bajos	137
Tabla 14. Ferias comerciales más importantes en la UE para el mercado de frutas y verduras frescas	137
Tabla 15. Canales de comercialización de piña orgánica de Costa Rica en los Países Bajos.....	141
Tabla 16. Posibles importadores de piña orgánica para la empresa Agrícola La Danta	143
Tabla 17. Supermercados tradicionales líderes en los Países Bajos	147
Tabla 18. Mayoristas líderes en los Países Bajos	148

Tabla 19. Tiendas especializadas en productos orgánicos líderes en los Países Bajos	150
Tabla 20. Competidores de Agrícola La Danta en Costa Rica	165
Tabla 21. Análisis FODA.....	166
Tabla 22. Operadores logísticos para el transporte internacional de piña orgánica desde Puerto Moín, hacia el Puerto de Rotterdam:	177
Tabla 23. Costo básico de producción para la piña convencional y la piña orgánica MD-2	180
Tabla 24. Los requisitos de etiquetado sobre los paquetes comerciales que contienen frutas frescas sueltas que puedan estar cubiertas por papel, cartón, papel aluminio	187
Tabla 25. Requisitos de entrada de productos para la UE	196
Tabla 26. Comprador recomendado para venta de piña orgánica de Agrícola La Danta	202
Tabla 27. Solicitud de cotización para costo de logística de transporte internacional.....	203
Tabla 28. Cotizaciones de los dos operadores logísticos de transporte internacional (pre- seleccionados)	204
Tabla 29. Cotización de tarimas para embalaje.....	206
Tabla 30. Cotización de cajas de empresa “Corrugados del Atlántico S.A.”	207
Tabla 31. Rotulación en cajas para exportación.....	208
Tabla 32. Información en etiqueta de piña orgánica.....	210
Tabla 33. Cotización de etiquetas	212
Tabla 34. Cotización de seguros del INS.....	213
Tabla 35. Análisis de costos y gastos	215
Tabla 36. Detalles del acuerdo para la compraventa internacional entre Agrícola La Danta y Fairtrasa Holland	218
Tabla 37. Estado de Resultados “Plan de Exportación de Piña Orgánica de la empresa Agrícola La Danta Hacia los Países Bajos de la Unión Europea”	232

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Hectáreas orgánicas en el mundo (2018)	20
Gráfico 2. Crecimiento de las hectáreas orgánicas en el mundo 2008-2018 (millones de ha)	21
Gráfico 3. Latinoamérica crecimiento de las hectáreas orgánicas (millones ha)	21
Gráfico 4. Productores orgánicos en el mundo % (2017).....	22
Gráfico 5. Mercados para productos orgánicos 2018 (billones de euros)	24
Gráfico 6. Distribución del volumen de importaciones de alimentos orgánicos agrícolas hacia la Unión Europea 2018.....	25
Gráfico 7. Número de importadores de productos orgánicos en la Unión Europea 2018	26
Gráfico 8. Venta al detalle de productos orgánicos en Europa 2018 (millones de euros)	27
Gráfico 9. Costa Rica crecimiento de las hectáreas orgánicas (miles de ha) 2000-2019	31
Gráfico 10. Costa Rica: principales cultivos agrícolas certificados 2019 (ha)	32
Gráfico 11. Costa Rica: total de exportaciones de productos orgánicos 2017-2019 (TM)	33
Gráfico 12. Costa Rica: principales productos orgánicos exportados 2017-2019 (TM).....	34
Gráfico 13. Costa Rica: total de exportaciones de productos orgánicos hacia la Unión Europea 2017-2019 (TM)	35
Gráfico 14. Costa Rica: exportaciones de productos orgánicos hacia la Unión Europea por destino 2019 (%)......	36
Gráfico 15. Costa Rica: principales productos exportados 2019*	53
Gráfico 16. Costa Rica: Principales productos exportados hacia la Unión Europea 2019* ...	55
Gráfico 17. Costa Rica: exportaciones de piñas frescas o secas hacia la Unión Europea partida: 0804300019 (millones de USD).....	55
Gráfico 18. Costa Rica: exportaciones de piñas frescas o secas a los Países Bajos. Partida: 08.04 (millones de USD)	56
Gráfico 19. Costa Rica: producción de piña orgánica 2014-2019 (ha)	60

Gráfico 20. Costa Rica: exportaciones totales de piñas orgánicas. Partida: 0804.30.00.11 (2017-2019) (USD).....	61
Gráfico 21. Costa Rica: exportaciones mundiales de piña orgánica 2017-2019 (TM).....	62
Gráfico 22. Costa Rica: exportaciones de piñas orgánicas al mundo por destino 2018-2019 (%).....	63
Gráfico 23. Costa Rica: exportaciones de piña orgánica hacia los Países Bajos 2017-2019 . (TM)	64
Gráfico 23. Cuota de mercado de las ventas de frutas y verduras orgánicas en los Países Bajos 2005-2015, con pronóstico para el 2020	135

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Agrícola La Danta: Producción de Piña Orgánica en Costa Rica.....	92
Ilustración 2. Rotulación de un empaque.....	117
Ilustración 4. Exportaciones de Piña Orgánica 2017: Asociación De Productores Bio Ecológicos Del Norte.....	159
Ilustración 5. Exportaciones de Piña Orgánica 2017: Itacu Corporation Sociedad de Responsabilidad Limitada	160
Ilustración 6. Exportaciones de Piña Orgánica 2017: L Y L Proyectos MMV SA.....	161
Ilustración 7. Bill of lading 000-2017-161898 (Conocimiento de embarque): L Y L Proyectos MMV SA.....	163
Ilustración 8. Exportaciones de Piña Orgánica 2019: Piña Pavón SA.....	164
Ilustración 9. Exportaciones de Piña Orgánica 2019: Nicoverde Sociedad Anónima	165
Ilustración 10. Logotipo Orgánico de la UE	190
Ilustración 11. Modelo de etiqueta ecológica en la EU	192
Ilustración 12. Ejemplo de modelo de caja para la exportación de piña orgánica.	208
Ilustración 13. Prototipo de Etiqueta para la exportación de piña orgánica de Agrícola La Danta.	212
Ilustración 14. Ejemplo de la copia modelo de conocimiento de embarque otorgado por Mediterranean Shipping Company (MSC).	220
Ilustración 15. Ejemplo de la copia modelo de manifiesto de carga otorgado por Mediterranean Shipping Company (MSC).	222
Ilustración 16. Modelo de factura comercial.	223
Ilustración 17. Ejemplo de un DUA de exportación dentro del sistema TICA	224
Ilustración 18. Certificado de control para la importación en la Comunidad Europea de productos obtenidos con métodos de producción ecológica.	227
Ilustración 19. Modelo de certificado de circulación de mercancías EUR 1.....	230
Ilustración 20. Modelo de lista de empaque.....	231

Lista de Siglas

AACUE: Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea.

ARAO: Unidad de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica del Servicio Sanitario del Estado (SFE) del Ministerio de Agricultura (MAG) de Costa Rica.

ASOPROAGROIN: Asociación Programa de Desarrollo Agroindustrial de la Zona Norte.

CA: Centroamérica.

CANAPEP: Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña de Costa Rica.

CANAPRO: Cámara Nacional de Exportadores y Productores Orgánicos.

CBI (*siglas en inglés*): Centro de Promoción de Importaciones desde países en vías de desarrollo del Ministerio de Asuntos Externos de los Países Bajos.

DGA: Dirección General de Aduanas de Costa Rica.

DUA de exportación: Declaración Única Aduanera de exportación.

EE. UU.: Estados Unidos de América.

FAO (*siglas en inglés*): Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

FiBL (*siglas en alemán*): Instituto de Investigación sobre Agricultura Orgánica

GPO: Grupos de Productores Orgánicos

HA: Hectárea

ICC (*siglas en inglés*): Cámara de Comercio Internacional

IDH (*siglas en inglés*): Iniciativa de Comercio Sustentable

IFOAM: Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica

INCOTERMS: Términos oficiales de comercio o de venta internacional desarrollados por la ICC.

INS: Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica.

IVA: Impuesto de Valor Agregado

MAG: Ministerio de Agricultura de Costa Rica.

OGM: Organismos genéticamente modificados

ONG: Organismo No Gubernamental

PITTA P.O.: Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología en Producción Orgánica de Costa Rica.

PNAO: Programa Nacional de Agricultura Orgánica de Costa Rica.

PROCOMER: Promotora de Comercio Exterior (Costa Rica)

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

RBAO: Reconocimiento de Beneficios Ambientales para la Producción Orgánica establecido en la normativa de producción orgánica de Costa Rica.

RNP: Registro Nacional Público de Costa Rica

RUE: Registro Único de Exportadores de Costa Rica

SFE: Servicio Sanitario del Estado del MAG.

SIFAV (*siglas en inglés*): Iniciativa de sostenibilidad de frutas y verduras

SKAL Biocontrole (*siglās en holandés*): agencia gubernamental oficial para el control de alimentos y agricultura orgánica en los Países Bajos.

TEPROCA: Taller Experimental de Producción y Comercialización Agrícola Alternativa R.L.

TM: Tonelada métrica TM

TRACES: Trade Control & Expert System de la UE.

UE: Unión Europea

VAT (*siglas en inglés*): impuesto de valor agregado en los Países Bajos.

VUCE: Ventanilla Única de Comercio Exterior de Costa Rica.

Lista de Anexos

Anexo A. Exportaciones de la Asociación De Productores Bio Ecológicos Del Norte (ProBio) entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica	263
Anexo B. Exportaciones de Itacu Corporation Sociedad de Responsabilidad Limitada entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.	266
Anexo C. Exportaciones de LYL Proyectos MMV SA entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.....	267
Anexo D. Exportaciones de Piña Pavon S.A. entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.....	272
Anexo E. Exportaciones de Nicoverde Sociedad Anónima entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos de piña orgánica.	274
Anexo F. Registro en el sistema VUCE.....	275
Anexo G. Registro de Exportador en VUCE (RUE)	276
Anexo H. Cotización de operador logístico MILESTONE FRESH COSTA RICA.....	280
Anexo I. Cotización de operador logístico MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY COSTA RICA S.R.L.....	281
Anexo K. Cotización de Seguro de carga exportación: Instituto Nacional de Seguros	282
Anexo L. Cotización de tarimas europeas: Maderas y Tarimas Anchía.	283
Anexo M. Cotización de 10000 cajas de empresa “Corrugados del Atlántico S.A.”	284
Anexo N. Cotización de 60000 etiquetas de: Etipres S.A	285
Anexo O. Contrato modelo de compraventa comercial internacional de mercaderías recomendado por la Cámara De Comercio Internacional (ICC siglas ingles)	286

Glosario

Autoridad competente: es la autoridad central de un país para la organización de los controles oficiales en el ámbito de la producción orgánica y es reconocida como tal ante otros países. En el caso de Costa Rica es el MAG.

Autoridad de control: una organización pública administrativa de un país a la que la autoridad competente le haya conferido, total o parcialmente, sus competencias de inspección y certificación en el ámbito de la producción orgánica de conformidad con la normativa nacional. En el caso de Costa Rica es el ARAO.

Brix: Grados Brix es el contenido de azúcar de una solución acuosa. Un grado Brix es 1 gramo de sacarosa en 100 gramos de solución y representa la fuerza de la solución como porcentaje en masa.

Certificación orgánica: la certificación orgánica se define como una verificación hecha por un organismo de control (tercero imparcial acreditado por la autoridad competente o autoridad de control) para corroborar y confirmar que el nivel de cumplimiento en el proceso de producción y comercialización cumplan con los estándares orgánicos establecidos en la normativa nacional.

Certificado orgánico: Una vez aprobada la certificación, se emite un “certificado orgánico” que se le entrega al productor (operador), y con el que le permitirá registrarse oficialmente y comercializar sus productos como orgánicos.

Codex Alimentarius: El Codex Alimentarius es una colección de normas, códigos de práctica, directrices y otras recomendaciones reconocidas internacionalmente relacionadas con los alimentos, la producción de alimentos y la seguridad alimentaria.

Código arancelario: es un código específico de un producto establecido en el Sistema Armonizado (SA). El SA es un sistema estandarizado internacionalmente de nombres y números para clasificar los productos comercializados que mantiene la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

Eco Agriculture Partners: es una organización sin fines de lucro con sede en los EE. UU., cuyo objetivo es apoyar la adopción de enfoques integrados de gestión del paisaje agrícola que aumentan las sinergias entre la producción de alimentos, la conservación de los ecosistemas y los medios de vida rurales.

Etiquetado orgánico: El sello o logotipo de la agencia certificadora deberá figurar de manera obligatoria y destacada en las etiquetas de los envases, empaques o embalajes para la comercialización de productos orgánicos debidamente certificados. El etiquetado orgánico debe además cumplir también con la legislación vigente del país donde se vaya a comercializar. Es importante que cuando se especifique el “nombre del alimento” en la etiqueta, la palabra “orgánico” forma parte del nombre el alimento.

Fairtrade: Certificación para comercio justo que vela por los derechos de los agricultores.

FODA: El análisis FODA es una técnica de planificación estratégica que se utiliza para ayudar a una persona u organización a identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con la competencia empresarial o la planificación de proyectos.

Global G.A.P (*siglas en inglés*): es un programa de garantía agrícola que traduce los requisitos del consumidor en Buenas Prácticas Agrícolas. Los códigos, normas y reglamentos de buenas prácticas agrícolas (BPA) son directrices que han sido desarrolladas por la industria alimentaria, las organizaciones de productores, los gobiernos y las ONG, con el objetivo de codificar las prácticas agrícolas a nivel de finca para una variedad de productos básicos.

Grupos de Productores Orgánicos (GPO): son un grupo de productores pequeños organizados, que buscan ser certificados como orgánicos por una Agencia Certificadora en forma grupal con el fin de compartir costos y conocimiento. La certificación implica que la Agencia considera al grupo capaz de asegurar internamente la integridad orgánica del producto que proviene de las unidades productivas a las cuales representa. La Agencia certifica al GPO no así a los miembros en forma individual.

HACCP (*siglas en inglés*): sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control adoptados por la Comisión del Codex Alimentarius. Es un enfoque preventivo sistemático de la seguridad alimentaria de los peligros biológicos, químicos, físicos y, los peligros radiológicos en los procesos de producción que pueden hacer que el producto terminado no sea seguro y diseña medidas para reducir estos riesgos a un nivel seguro.

Nota técnica: Las notas técnicas de importación y exportación en Costa Rica se han asignado a diferentes ministerios y oficinas gubernamentales basados en el tipo de producto a importar o exportar, con el fin de garantizar un mayor control al momento de recibir o enviar una mercancía.

Organismos de control (agencias certificadoras): una entidad tercera privada e imparcial acreditada por la autoridad competente/de control que llevé a cabo la inspección y la

certificación en el ámbito de la producción orgánica de conformidad con la normativa nacional.

Producto convencional: Un producto convencional es aquel que utiliza los métodos convencionales químicos para obtener los resultados deseados. Estos pueden ser fertilizantes químicos, sintéticos, herbicidas químicos, fungicidas químicos y otros.

Producto orgánico (*o ecológico o biológico*): Los productos orgánicos son producidos por métodos que cumplen con los estándares de la agricultura orgánica. Los estándares varían en todo el mundo, pero la agricultura orgánica presenta prácticas que ciclan los recursos, promueven el equilibrio ecológico y conservan la biodiversidad.

Tercer país: La Comisión Europea enumera a los países donde sus reglamentos de producción orgánica son equivalentes a las establecidas en la legislación de la Unión Europea. Para ser clasificado como “tercer país” el gobierno del país exportador debe aprobar estándares nacionales de producción orgánica, supervisión y acreditación de entes de certificación públicos o privados, a la vez que debe establecerse un sistema para el otorgamiento de certificados oficiales.

Trade Control & Expert System (TRACES): es una plataforma electrónica de la UE para la certificación sanitaria y fitosanitaria requerida para la importación de productos alimenticios y rastrear el movimiento de estos dentro de la UE.

UNECE STANDARD FFV (*sigla en inglés*): Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE). Establece los estándares (STANDARD) de comercialización y calidad agrícola de frutas frescas y vegetales (FFV) donde se establecen requisitos mínimos para que los consumidores reciban productos de la mejor calidad; construir un lenguaje comercial común;

facilitar el comercio internacional justo y aumentar transparencia en los mercados nacionales e internacionales; y permitir a los productores mejorar y mantener el producto calidad que, a su vez, abre nuevas oportunidades de exportación.



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

SEP Sistema de
Estudios de Posgrado

Autorización para digitalización y comunicación pública de Trabajos Finales de Graduación del Sistema de Estudios de Posgrado en el Repositorio Institucional de la Universidad de Costa Rica.

Yo, Lilliana Araya Pochet, con cédula de identidad 112280206, en mi condición de autor del TFG titulado PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIÑA (ANANAS COMOSUS VARIEDAD MD-2) ORGÁNICA HACIA LOS PAÍSES BAJOS BAJO EL AACUE PARA LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA

Autorizo a la Universidad de Costa Rica para digitalizar y hacer divulgación pública de forma gratuita de dicho TFG a través del Repositorio Institucional u otro medio electrónico, para ser puesto a disposición del público según lo que establezca el Sistema de Estudios de Posgrado. SI ☒ NO ☐

*En caso de la negativa favor indicar el tiempo de restricción: año (s).

Este Trabajo Final de Graduación será publicado en formato PDF, o en el formato que en el momento se establezca, de tal forma que el acceso al mismo sea libre, con el fin de permitir la consulta e impresión, pero no su modificación.

Manifiesto que mi Trabajo Final de Graduación fue debidamente subido al sistema digital Kerwá y su contenido corresponde al documento original que sirvió para la obtención de mi título, y que su información no infringe ni violenta ningún derecho a terceros. El TFG además cuenta con el visto bueno de mi Director (a) de Tesis o Tutor (a) y cumplió con lo establecido en la revisión del Formato por parte del Sistema de Estudios de Posgrado.

FIRMA ESTUDIANTE

Nota: El presente documento constituye una declaración jurada, cuyos alcances aseguran a la Universidad, que su contenido sea tomado como cierto. Su importancia radica en que permite abreviar procedimientos administrativos, y al mismo tiempo genera una responsabilidad legal para que quien declare contrario a la verdad de lo que manifiesta, puede como consecuencia, enfrentar un proceso penal por delito de perjurio, tipificado en el artículo 318 de nuestro Código Penal. Lo anterior implica que el estudiante se vea forzado a realizar su mayor esfuerzo para que no sólo incluya información veraz en la Licencia de Publicación, sino que también realice diligentemente la gestión de subir el documento correcto en la plataforma digital Kerwá.

Introducción

I. Tema

Plan de exportación de piña (ananas comosus variedad md-2) orgánica hacia los Países Bajos bajo el AACUE para la empresa Agrícola La Danta

II. Justificación

La agricultura orgánica se basa en un sistema sostenible que respeta el medio ambiente y garantiza la calidad de los alimentos. Entre las prácticas utilizadas está la rotación de cultivos para el uso eficiente de los recursos; prohibición del uso de pesticidas químicos, fertilizantes sintéticos y organismos genéticamente modificados; entre otros. La agricultura orgánica busca proteger el medio ambiente y la salud humana. Sin embargo, el porcentaje de tierra dedicada al cultivo orgánico a nivel mundial y nacional no alcanza siquiera al 2% (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 19). Actualmente existe limitado apoyo y guía para muchos agricultores nacionales de comprender el camino de la certificación orgánica e incentivarlos a realizar este tipo de producción que no solo protegerá sus suelos, sino que ofrece la posibilidad de ingresar a un mercado incipiente y cada vez más fuerte con consumidores conscientes, dispuestos a pagar un precio justo y en ocasiones mayor por el producto, ya que comprenden la inversión que conlleva y el compromiso con la naturaleza.

El primer paso para cualquier empresa que desee comenzar a exportar a un nuevo mercado es determinar si existe potencial para su producto. Es importante conocer bien quienes podrían ser los clientes, evaluar la competencia, las regulaciones de ingreso, conocer las gestiones de exportación de nuestro país a otro y analizar los costos versus los posibles

ingresos para determinar la viabilidad del proyecto. El mercado de productos orgánicos se ha expandido constantemente a nivel global, especialmente en el mercado europeo donde la tasa de crecimiento promedio anual de ventas minoristas de las últimas dos décadas ha sido de aproximadamente 10,5%, llegando a ventas aproximadas de 42 billones de USD (PROCOMER Alimento orgánicos frescos y procesados, 2020, pág. 24). Razón por la cual cada vez más agricultores, productores, empresas y actores en la cadena de valor están buscando oportunidades de negocio en este nicho de mercado. El gasto total en ventas de productos orgánicos en los Países Bajos fue de 1.5 billones de Euros en el 2019 (un aumento de 60% aproximadamente desde el 2013) (Statista 3, 2020). Los alimentos orgánicos cada vez más están presentes y existen secciones en las grandes cadenas de supermercados dedicadas a la venta orgánica, así como tiendas especializadas orientadas a suplir ese nicho.

Costa Rica es el exportador más importante de piña convencional a la UE y los Países Bajos, lo cual es un incentivo para incursionar en la oferta orgánica de esta fruta, ya que existe una credibilidad del país como productores experimentados de piña y adaptados a los estándares requeridos por la UE. Costa Rica además cuenta con un reglamento de agricultura orgánica que se encuentra homologado con el de la UE, y por ello se ha reconocido a Costa Rica con categoría de “tercer país” (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanolli, 2007, pág. 131) y donde se reconoce al Ministerio de Agricultura (MAG) como autoridad competente encargada de aprobar certificados de exportación de productos orgánicos, lo que permitirá a los productos nacionales comercializarse como tales ante los consumidores europeos (Presidencia de la República y MAG, 2001). El reglamento de agricultura orgánica nacional especifica los lineamientos y procesos que deben llevar los agricultores para certificarse como orgánicos. El MAG utiliza el recurso de entes privados que son las agencias certificadoras acreditadas para facilitar el proceso de certificación.

Agrícola La Danta es una empresa pequeña especializada en la producción de piña orgánica en la zona norte de nuestro país. La empresa busca potencializar la venta de sus cultivos en el mercado extranjero europeo de los Países Bajos, han tenido experiencia de exportaciones de forma indirecta, pero busca desarrollar un plan de contacto directo con el mercado para así negociar mejores términos del precio de su producción, optimizar sus costos y tener mayor control de la exportación y posicionamiento de su producto de piña orgánica en el mercado extranjero mencionado.

III. Problemática para resolver

¿Cuáles son los pasos a realizar para colocar Piña Orgánica de Agrícola La Danta en los Países Bajos?

IV. Objetivos

Esta investigación tiene como **objetivo principal** aportar una propuesta de plan de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos. Para lo anterior, este trabajo consta de cuatro capítulos en los cuales se desarrollan **objetivos específicos** que se detallan a continuación:

1. Conocer el entorno internacional de la agricultura orgánica, las perspectivas teóricas de los planes de exportación. Conocer lo que otros han reseñado.
2. Describir el producto y el sujeto de la exportación (piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta), describir la normativa y la teoría de la logística de exportación y estudio de mercado. Explicar cómo se hacen hoy los procesos.
3. Analizar la logística, normativa, procesos, y análisis del mercado de los Países Bajos para el producto de piña orgánica. Realizar un FODA. Obtener resultados y opciones servirán para seleccionar las que se implementarán en el plan de exportación.
4. Definir paso por paso el plan de exportación de lo que hay que hacer, para colocar la piña orgánica de Agrícola La Danta en los Países Bajos.

V. Metodología

Factor temporal:

El trabajo final de investigación aplicada se encuentra delimitada con información recopilada en el año 2020 y 2021, con datos estadísticos de informes oficiales que datan desde 2009 hasta el 2019.

Factor espacial:

El presente trabajo de investigación aplicada se efectuó como requisito final de graduación del Programa de Estudios de Posgrado en Administración Pública para optar al grado y título de Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Administración Aduanera y Comercio Internacional. Se realizó para la empresa Agrícola La Danta ubicada en la zona norte de Sarapiquí en la provincia de Heredia.

Metodología aplicada a la investigación aplicada:

Tema de investigación: Plan de exportación de piña (ananas comosus variedad md-2) orgánica hacia los Países Bajos bajo el AACUE para la empresa Agrícola La Danta			
Objetivo general: aportar un plan de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos de la Unión Europea.			
<u>Objetivos específicos</u>	<u>Variables</u>	<u>Metodología:</u> Técnica de recolección y procesamiento	<u>Fuentes de información</u>
Objetivo #1	Cualitativas		

1) Conocer el entorno internacional de la agricultura orgánica, las perspectivas teóricas de los planes de exportación. Conocer lo que otros han reseñado.	Perspectivas teóricas de la agricultura orgánica	Documental y descriptiva	Consulta bibliográfica de textos, libros de autores especializados en materia de Agricultura orgánica a nivel internacional y nacional; reportes de IFOAM , FiBL, OECD, FAO; documentos oficiales del sitio del MAG del PNAO. Uso de páginas web y base de datos académicas.
	Agricultura orgánica en Costa Rica		
	Perspectivas teóricas para la confección de un plan de exportación: • Selección de un mercado meta internacional • Variables del marketing para productos orgánicos • Proceso de exportación • Análisis FODA	Documental y descriptiva	Consulta bibliográfica de textos, libros de autores especializados en materia de planes de exportación, selección de mercados metas y marketing en productos orgánicos. Uso de páginas web y base de datos académicas.
	Cuantitativas		

	Datos globales de la agricultura orgánica: • Hectáreas orgánicas en el mundo (2018), • Crecimiento de las hectáreas orgánicas en el mundo 2008-2018 (millones de ha) • Latinoamérica crecimiento de las hectáreas orgánicas 2010-2018 (millones ha) • Productores orgánicos en el mundo % (2017) • Mercados para productos orgánicos 2018 (billones de euros) • Distribución del volumen de importaciones de alimentos orgánicos agrícolas hacia la Unión Europea 2018 • Número de importadores de productos orgánicos en la Unión Europea 2018 • Venta al detalle de productos orgánicos en Europa 2018	Revisión estadística y descriptiva	Documentos oficiales del (FiBL & IFOAM, 2019 & 2020)
--	--	---	---

	Datos nacionales de la agricultura orgánica: • Costa Rica crecimiento de las hectáreas orgánicas (miles de ha) 2000-2019 • Costa Rica: principales cultivos agrícolas certificados 2019 (ha) • Costa Rica: total de exportaciones de productos orgánicos 2017-2019 (TM) • Costa Rica: principales productos orgánicos exportados 2017-2019 (TM) • Costa Rica: total de exportaciones de productos orgánicos hacia la Unión Europea 2017-2019 (TM) • Costa Rica: exportaciones de productos orgánicos hacia la Unión Europea por destino 2019 (%)	Revisión estadística y descriptiva	Documentos oficiales del (FiBL & IFOAM, 2019 & 2020), MAG (ARAO), PROCOMER
Objetivo #2	Cualitativas		
2) Describir el producto y el sujeto de la exportación (piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta), describir la normativa y la teoría de la logística de exportación y estudio de mercado. Explicar cómo se hacen hoy los procesos.	Piña orgánica: - Descripción general de la piña - Características de la piña que se comercializa en la Unión Europea - Producción de la piña orgánica en Costa Rica	Documental y descriptiva	Fuente bibliográficas especializadas de Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE); Datos del Centro de Promoción de Importaciones desde países en vías de desarrollo del Ministerio de Asuntos Externos de los Países Bajos (CBI); FAO; uso de páginas web y otras bases de datos especializadas.
	Normativa para la certificación en agricultura orgánica: - Normativa de la Unión Europea - Normativa de Costa Rica (Técnica autorizada de producción agrícola orgánica)	Documental y descriptiva	Documentos oficiales del (FiBL & IFOAM, 2019 & 2020). Reglamentos oficiales en producción y comercialización de productos orgánicos en Costa Rica (MAG) y la UE (Comisión Europea).
	Perfil de la empresa Agrícola La Danta	Documental e investigativa	Entrevista con gerente de empresa y base de datos académicas

Logística de un estudio de mercado	Descriptiva	Consulta bibliográfica de textos, libros de autores especializados en el estudio de mercados metas internacionales, y los canales para llegar a ellos. Uso de páginas web y base de datos académicas.
Logística del proceso de exportación	Descriptiva	Consulta bibliográfica de textos, libros de autores especializados en procesos de exportación. Uso de páginas web y base de datos académicas.
Cuantitativas		
Datos de las exportaciones de piña de Costa Rica: • Costa Rica: principales productos exportados 2019 • Costa Rica: Principales productos exportados hacia la Unión Europea 2019 • Costa Rica: exportaciones de piñas frescas o secas hacia la Unión Europea partida: 0804300019 (millones de USD) • Costa Rica: exportaciones de piñas frescas o secas a los Países Bajos. Partida: 08.04 (millones de USD)	Revisión de estadística y descriptiva	Documentos oficiales del MAG (ARAO), COMEX y PROCOMER
Costa Rica: producción de piña orgánica 2014-2019 (ha)		

	Datos de exportaciones de piña orgánica de Costa Rica: • Costa Rica: exportaciones totales de piñas orgánicas. Partida: 0804.30.00.11 (2017-2019) (USD) • Costa Rica: exportaciones mundiales de piña orgánica 2017-2019 (TM) • Costa Rica: exportaciones de piñas orgánicas al mundo por destino 2018-2019 (%) • Costa Rica: exportaciones de piña orgánica hacia los Países Bajos 2017-2019 (TM)		
Objetivo #3	Cualitativas		
3) Analizar lo que describió en el capítulo anterior en relación con la logística, normativa, procesos, y análisis del mercado de los Países Bajos para el producto de piña orgánica. Realizar un FODA. Obtener resultados y opciones servirán para seleccionar las que se implementarán en el plan de exportación.	Análisis del proceso de certificación orgánica dentro de la normativa para la exportación de piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos	Documental, descriptiva e investigativa	Documentos oficiales de la ARAO (MAG). Reglamento para la Agricultura Orgánica No 29782-MAG, 2001, y fuentes bibliográficas especializadas.
	Estudio de mercado de los Países Bajos para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta: - Información del consumidor de productos orgánicos en la Unión Europea y los Países Bajos - Mercado de los Países Bajos para productos orgánicos. - Búsqueda de compradores para productos orgánicos agrícolas en los Países Bajos - Canales de comercialización de piña orgánica en los Países Bajos - Estudio de la competencia	Investigativa, y análisis	Datos del Centro de Promoción de Importaciones desde países en vías de desarrollo del Ministerio de Asuntos Externos de los Países Bajos (CBI); STATISTA portal especializado y reconocido en datos de mercado y consumidores en Europa; estudios de PROCOMER; estudios solicitados por la Unión Europea en estudio de consumidores (Flash Eurobarometer 367); estudio de mercado de los sitios web de potenciales importadores, supermercados y mayoristas, tiendas especializadas en los Países Bajos; estudio de la competencia obtenidos de base de datos de MAG (ARAO) y Panjiva S&P Market intelligence y los sitios web de las empresas; otras fuentes bibliográficas especializadas.

	Análisis FODA para la implementación de un plan de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos	Analítica	Datos de la entrevista con gerente de empresa, análisis de la información en los capítulos anteriores en referencia al mercado de los Países Bajos para el producto de piña orgánica que ofrece la empresa.
	Análisis de la logística de proceso de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos	Analítico e investigativo	Datos del Centro de Promoción de Importaciones desde países en vías de desarrollo del Ministerio de Asuntos Externos de los Países Bajos (CBI); Reglamento sobre Agricultura Orgánica No. 29782-MAG y Reglamentos CE 1235/2008 de la comisión europea; bases académicas de PROCOMER; Documento explicativo del AACUE de COMEX; estudio de proveedores de servicios logístico para la exportación en Costa Rica indicado en el Sistema Integrado Logística (SIL) de PROCOMER; documento de guía de la UE sobre requisitos legales para etiquetas sobre frutas y verduras, Uso de páginas web y base de datos oficiales académicas.
Objetivo #4			
4) Definir paso por paso el plan de exportación de lo que hay que hacer, para colocar la piña orgánica de Agrícola La Danta en los Países Bajos.	Las variables cuantitativas y cualitativas de los objetivos anteriores que serán analizadas en cada uno de los capítulos de este trabajo y en este capítulo serán concentradas en el desarrollo de un plan de exportación de la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos de la Unión Europea.		

CAPÍTULO I. PERSPECTIVAS TEÓRICAS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA Y PLAN DE EXPORTACIÓN

1.1 Perspectivas teóricas de la agricultura orgánica

La FAO identifica las causas que mueven la producción de agricultura orgánica en el mundo como las siguientes: los consumidores por cuanto los productos son muchas veces identificados y seleccionados por los mismos cuando se fijan en su certificación y etiquetado; los subsidios que pueden existir en países especialmente los desarrollados para promover la agricultura orgánica con el fin de proteger el ambiente, y los mismos agricultores dedicados a la agricultura convencional que la consideran insostenible y por lo tanto han desarrollado métodos de producción para mejorar la salud de sus familias, la economía de sus fincas, y su autosuficiencia (FAO, s.f., pág. 1).

En lo que se refiere al aumento de conciencia entre los consumidores para el consumo de alimentos seguros y saludables producidos en armonía con la naturaleza mencionaba Shetty et al. en su publicación de *“Agricultura Orgánica y Sostenibilidad”* que el mismo ha desencadenado el crecimiento de otro segmento alimentario por todo el mundo: la agricultura orgánica resultó ser la opción más viable y efectiva para solventar la preocupación y necesidades del consumidor (Shetty, Alvares, & Kumar Yadav, 2014, pág. iii).

Decía Vogt en su publicación sobre *“Los Orígenes de la Agricultura Orgánica”* que las principales estrategias para alcanzar un desarrollo sostenible contienen conceptos biológicos de fertilidad del suelo, procesos agrícolas intensificados por medio de innovaciones biológicas y ecológicas, eliminación del uso de fertilizantes artificiales y pesticidas sintéticos,

todo con el propósito de mejorar la calidad de los alimentos y el ambiente (Vogt, 2007, pág. 9). Vogt además relata que los inicios más formales de la agricultura orgánica datan en medio de las dos guerras mundiales, donde la agricultura “moderna” (convencional) de uso intensivo de químicos y tecnología avanzada enfrentó una crisis de degradación de suelos, calidad de alimentos y el deterioro de la vida social y tradiciones en las zonas rurales. Como solución a esta crisis, los pioneros de la agricultura orgánica ofrecieron una convincente teoría basada en la ciencia durante la década de los veinte que se convirtió en un exitoso sistema agrícola durante las décadas siguientes, no obstante, fue en los setenta que la agricultura orgánica logró atraer el interés de sectores agrícolas, sociales y políticos (Vogt, 2007, pág. 9). Sligh & Cierpka afirman en su publicación de “Valores Orgánicos” que la alternativa al sistema convencional era formar un sistema alimentario que aumentara los ingresos y al mismo tiempo incrementara la seguridad y calidad de los alimentos, mencionando así como base de la agricultura orgánica los siguientes tres principios: un sistema que preserve al medio ambiente; un sistema en que los agricultores tengan un acceso justo a los medios para producir y recibir una remuneración justa por su trabajo, y un sistema donde los consumidores tengan acceso a alimentos en los que puedan confiar a precios justos (Sligh & Cierpka, 2007, pág. 30). Por lo anterior, hubo un conjunto importante de valores y esperanzas puestos en la agricultura orgánica que apelaba a una amplia gama de partes interesadas. Decían que era agricultura con “actitud”, cuyos principios básicos combinan valores, técnicas y, eventualmente estándares (Sligh & Cierpka, 2007, pág. 34).

Con relación al desarrollo del comercio internacional de productos orgánicos relatan Aschemann et al. en su capítulo “El Mercado Orgánico” que, en los inicios del movimiento orgánico en Europa en los años veinte del siglo pasado, la comercialización de productos orgánicos toma lugar en pequeños y en veces cerradas redes privadas de agricultores y consumidores. Los agricultores orgánicos convencidos de haber encontrado el método correcto de producción buscaban consumidores dispuestos a pagar precios más altos por sus

“productos especiales”. La venta directa de productos orgánicos fue el principal canal de comercialización para la mayoría de los agricultores orgánicos previo a la Segunda Guerra Mundial. Para la década de los treinta ya en algunos países las tiendas de comida saludable y otras especializadas en frutas y vegetales comenzaron a vender productos orgánicos, sin embargo, hubo problemas con los sistemas de distribución y logística que no estaban eficientemente desarrollados. Fue entonces para las décadas de los cincuenta y sesenta que se fundaron asociaciones de productor-consumidor y los sistemas de distribución fueron mejorando (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanolli, 2007, pág. 126).

Con el propósito de contar con algún tipo de coordinación internacional se tornó en fuente impulsadora detrás de la fundación de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM)¹ en 1972. La definición de la IFOAM sobre agricultura orgánica es la siguiente:

“Un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella (IFOAM, 2008).

¹ La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica es la organización coordinadora mundial del movimiento de agricultura orgánica, que representa a cerca de 800 afiliados en 117 países. Se encuentra ubicada en Bonn, Alemania y fue establecida en 1972.

En la década de los setenta se establecieron en la mayor parte del centro de Europa tiendas especializadas de productos amigables con el ambiente y comercio justo. En Alemania y los Países Bajos las tiendas especializadas en “orgánico” se convirtieron en el canal de comercialización más importante, sin embargo, ya para mediados de la década de los ochenta, estos canales no permitían incrementar las ventas al mismo ritmo con el que crecía la oferta, y consecuentemente un nuevo canal de comercialización fue utilizado: los supermercados convencionales (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanolli, 2007, pág. 128). A medida que los supermercados convencionales continuaron ofreciendo productos orgánicos las ventas se vieron impulsadas tanto en Europa, así como en Norteamérica, Latinoamérica, Asia y Oceanía (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanolli, 2007, pág. 129). Es importante mencionar como lo decía Willer & Yussefi que los países en vías de desarrollo han contribuido de manera incremental a la producción orgánica, porque a medida que la demanda en países desarrollados (en especial de Europa y EE. UU.) aumentaba, los principales distribuidores buscaron proveedores de productos tropicales, así como productos fuera de temporada, por cuanto los países en desarrollo demuestran una tasa de crecimiento importante en las hectáreas destinadas a cultivos orgánicos, como lo ha sido el caso de Latinoamérica (Willer & Yussefi, 2007, pág. 124).

El ingreso de los supermercados en los años ochenta y noventa para la comercialización de los productos orgánicos obligó al movimiento orgánico a promover estándares y algunos gobiernos introdujeron esquemas de asistencia para agricultores, siendo ese el momento cuando la agricultura orgánica fue oficialmente reconocida. Una definición común de “producción orgánica” y la trazabilidad de sus productos a través de un marco legal de logotipos y sistemas de certificación fueron los requisitos previos para el rápido crecimiento del mercado internacional de productos orgánicos (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanolli, 2007, pág. 124). Respecto a lo anterior destacan Sligh & Cierpka a medida que los alimentos orgánicos ingresaban a los canales comerciales nacionales y mundiales se vio la necesidad

establecer una mayor coherencia y consistencia entre los diversos organismos locales, lo que condujo a uno de los periodos más desafiantes y críticos del movimiento orgánico, el de la “institucionalización y armonización de estándares nacionales e internacionales” (Sligh & Cierpka, 2007, pág. 35).

En referencia a la importancia de la estandarización en la agricultura orgánica señalan Rubén & Sáenz que, si bien es cierto, a nivel global la mayoría de los procesos de estandarización empezaron especificando parámetros físicos (color, forma, tamaño, textura, daños externos permitidos, etc.), pronto se vio la necesidad de incluir aspectos relacionados con su tipo de producción. Sin embargo, la estandarización señala estos autores requiere de control en donde la acción pública o de terceros, pueda optimizar la coordinación entre los agentes de la cadena de las mercancías. Se requiere de un sistema que defina reglas claras sobre producción y proceso de productos, regentado por una autoridad legítimamente reconocida, y que implique un sistema eficiente de clasificación de productos, con el fin de reducir la desconfianza entre los consumidores (Ruben & Sáenz, 2008, págs. 8-9). En cuanto a la “acción pública o de terceros” el IICA en su publicación de *“Comercio y Medio Ambiente: análisis de la nueva normativa”* menciona que con el auge de esta necesidad ha surgido una diversidad de esquemas bajo los cuales se organizan las certificaciones a nivel general (orgánico, fairtrade², etc.). Los más complejos cuentan con una estructura compuesta por un organismo, conocido como “ente normalizador”, quien definen las normas que debe cumplir el productor que quiera optar a una certificación y un sello particular. Por su parte, la certificación no es otorgada por el organismo normalizador, sino que existe otra entidad encargada de brindarla, la cual puede ser una organización privada o gubernamental que se denomina como “ente certificador” o “agencia certificadora” (IICA, 2001, pág. 135). La tarea

2 Certificación para comercio justo que vela por los derechos de los agricultores.

de la “agencia certificadora” indican Vega et al. es fiscalizar y decidir si el productor o fabricante cumple con las normas establecidas y por tanto, es la responsable de aprobar la certificación y el uso del sello. Finalmente, las agencias certificadoras a su vez deben estar acreditadas por organismos, públicos o privados, autorizados para tal fin, con el objetivo de brindar un doble control entre la agencia certificadora y el organismo garante internacional (Vega, Saénz, & Le Coq, 2012, pág. 11).

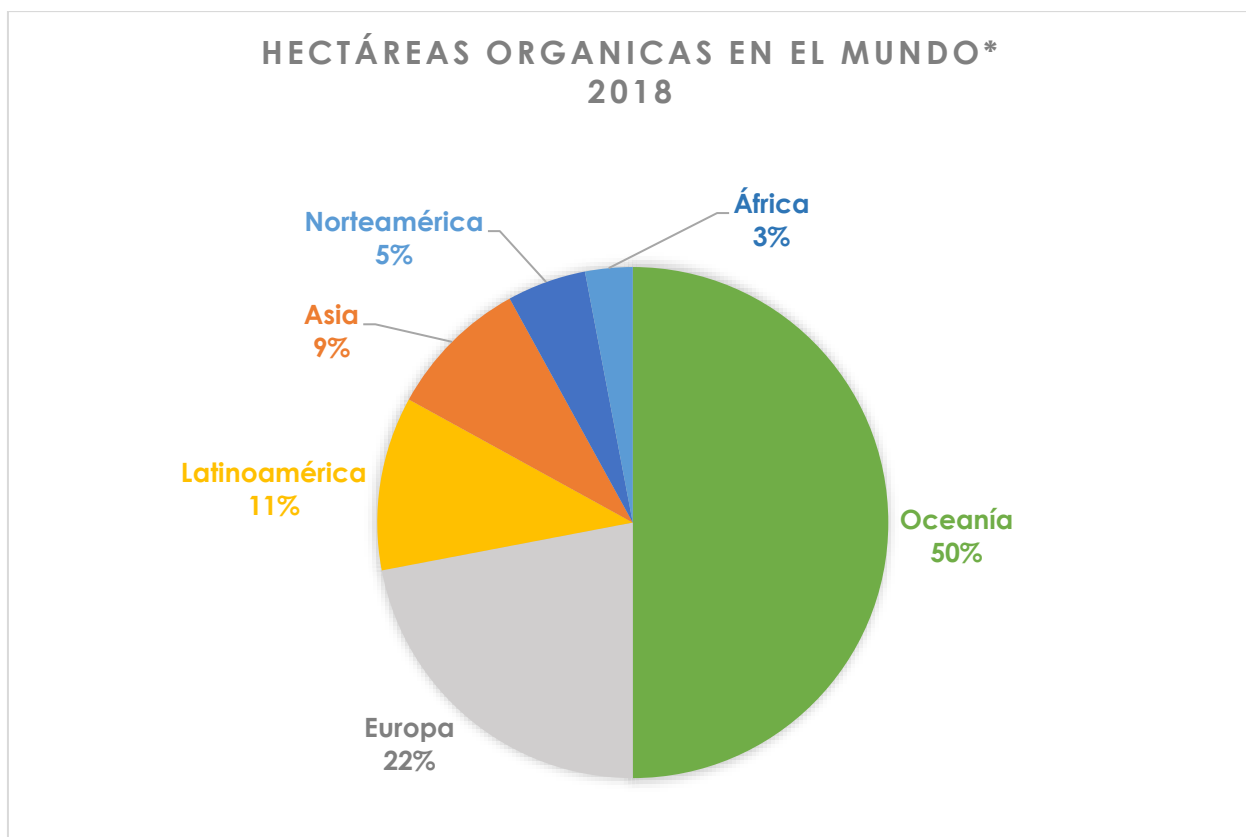
1.1.1. Datos globales de la agricultura orgánica

Según el informe sobre *“El mundo de la agricultura orgánica. Estadísticas y tendencias emergentes 2020”* realizado por el Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica (FiBL³, siglas en alemán) y el IFOAM se menciona que tanto el área destinada a la agricultura orgánica, el número de productores orgánicos y la venta de productos orgánicos ha llegado a récords importantes en los últimos años a nivel global. Estos datos muestran que para el año 2018 más de 71.5 millones de hectáreas se destinaron a la agricultura orgánica (incluyendo fincas en transición) lo cual se traduce a 1.5% del total de las hectáreas dedicadas a la agricultura (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 38). A manera de comparación indican que para el año 1999 el número de hectáreas eran de 11 millones (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 45). El estudio indica que actualmente un total de 186 países practican actividades orgánicas (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 20). El informe menciona que el continente de Oceanía es el que ha logrado las mayores inversiones en los últimos años, representando la mitad de las hectáreas dedicadas a agricultura orgánica, seguido por Europa que abarca casi un 20% del total, y

³ Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica, se define como uno de los centros líderes en la investigación e información sobre agricultura orgánica en el mundo. Es una organización no gubernamental fundada en 1973 con sede en Suiza, que promueve también proyectos que ayuden a mejorar la productividad de los agricultores considerando el impacto para el ambiente y la salud. Reconocida por organismos como la FAO e IFOAM.

Latinoamérica en tercer lugar con un 11% que refleja el interés de la región por participar en el mercado orgánico (datos del 2018) (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 20).

Gráfico 1. Hectáreas orgánicas en el mundo (2018)



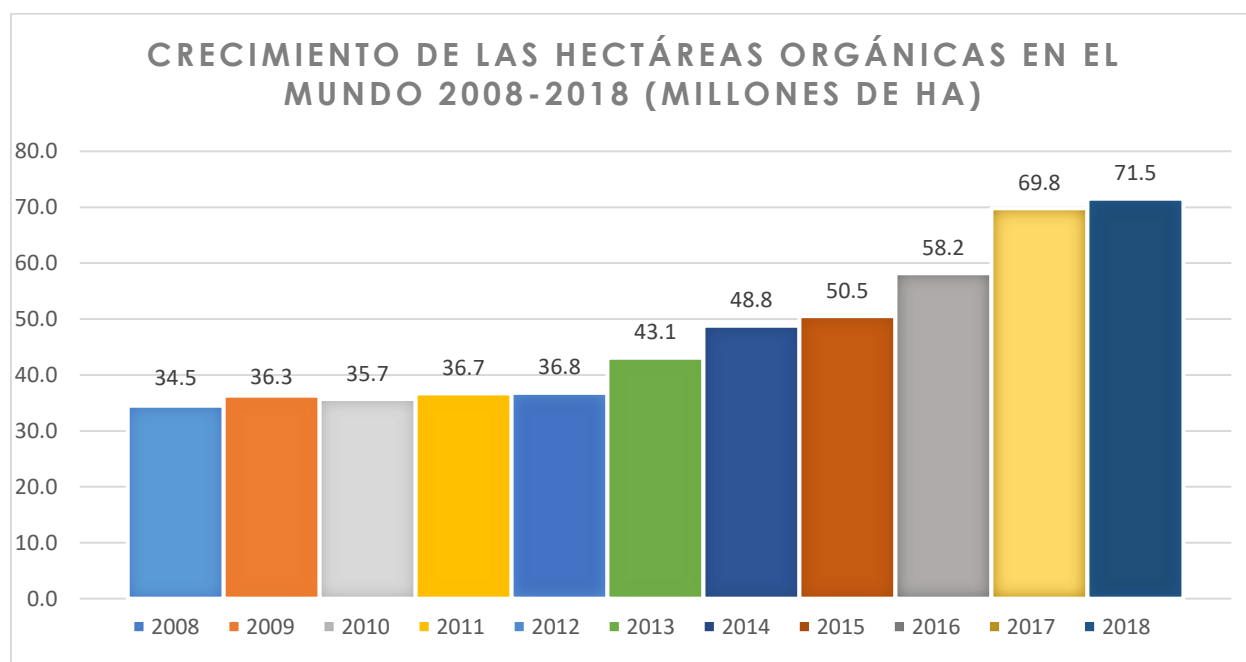
* Incluye fincas en transición

Elaboración propia con información del Instituto de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 37)

Según el estudio mencionado, pero edición 2019, se establece que el crecimiento total de hectáreas en el 2018 significó casi un 20% respecto al año 2017, según sus datos de

tendencia indican que en la última década se ha duplicado el número de hectáreas destinadas a la agricultura orgánica. (FiBL & IFOAM, 2019, pág. 34).

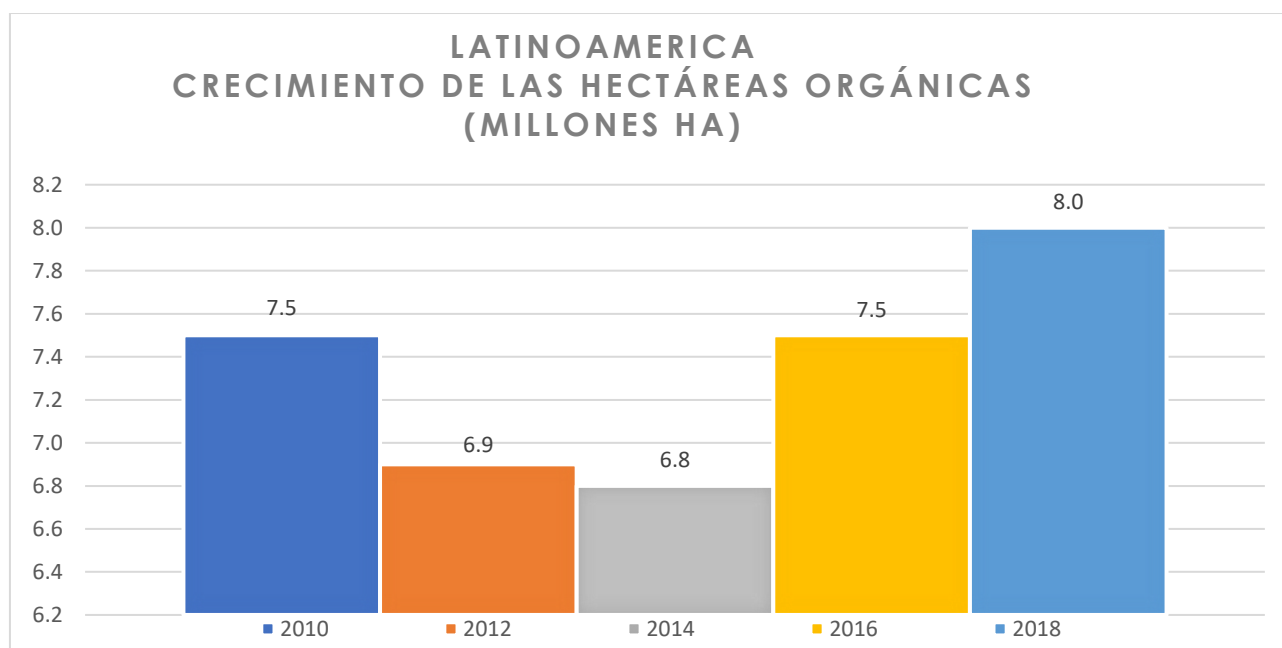
Gráfico 2. Crecimiento de las hectáreas orgánicas en el mundo 2008-2018 (millones de ha)



Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 46).

El informe mencionado en su edición del año 2020 indica que Latinoamérica registró en el 2018 un aumento de 6.5% respecto al 2016, sin embargo, su crecimiento ha sido inestable durante la última década como se puede visualizar en el siguiente gráfico (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 46).

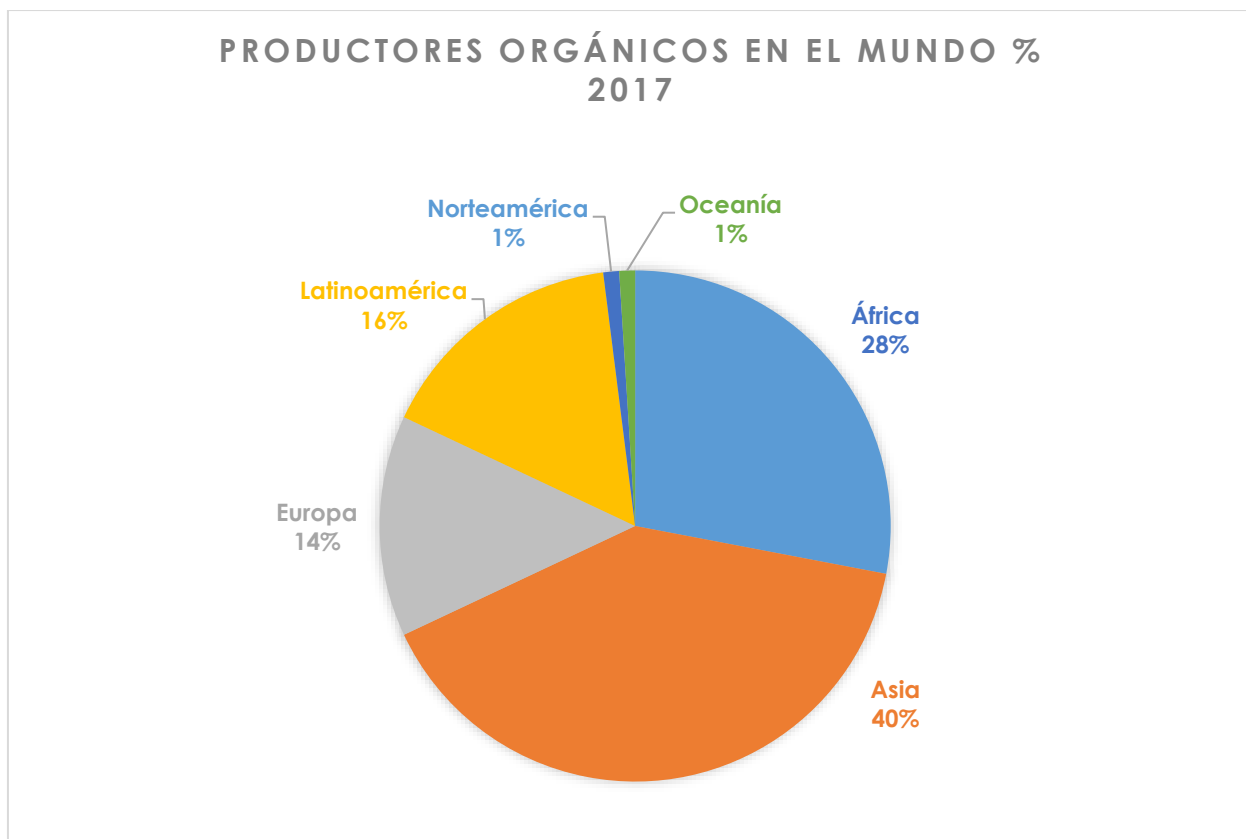
Gráfico 3. Latinoamérica crecimiento de las hectáreas orgánicas (millones ha)



Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 46).

El informe en mención registra en el 2017 un total de 2.9 millones de productores orgánicos a nivel mundial (FiBL & IFOAM, 2019, pág. 62). A manera de comparación para el año 1999 el número de productores llegaba solo a 200 mil (FiBL & IFOAM, 2019, pág. 24). De la cantidad de productores registrados en el 2017 los latinoamericanos representaron un 16% (FiBL & IFOAM, 2019, pág. 63).

Gráfico 4. Productores orgánicos en el mundo % (2017)



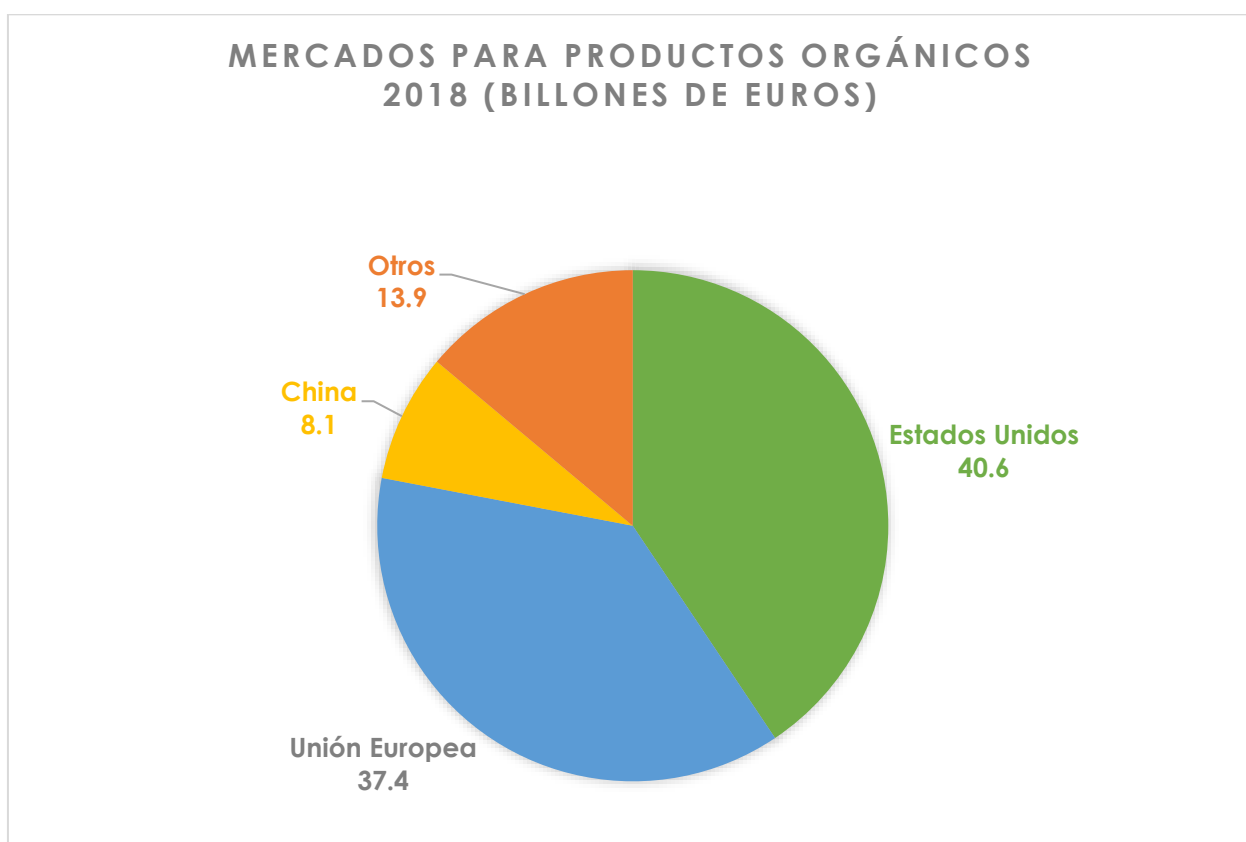
Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2019, pág. 63).

Es interesante que Oceanía tenga el 50% del área sembrada a nivel mundial, pero solo el 1% de los productores, contrario a Asia que tiene el 40% de los productores, pero solo el 9% del área sembrada. Esto sugiere tipos de explotaciones muy diferentes en estos continentes: pequeñas fincas en Asia y muy grandes en Oceanía.

En el mundo, el total de ventas de productos orgánicos según el informe de la IFOAM & FiBL de la edición 2020 está en continuo crecimiento, llegando a los casi 97 billones de euros en el 2018. Sin embargo, el informe también señala que persisten retos importantes como el incremento en la cantidad de estándares, escasez de la oferta, entre otros. El 81% de la demanda mundial la concentra Estados Unidos y la Unión Europea, sin embargo, China está

surgiendo rápidamente lo cual resaltan que es una oportunidad importante para el comercio orgánico, sus consumidores compraron aproximadamente 8.1 billones de euros (2018) lo que representa un 8% del total de ventas (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 65).

Gráfico 5. Mercados para productos orgánicos 2018 (billones de euros)

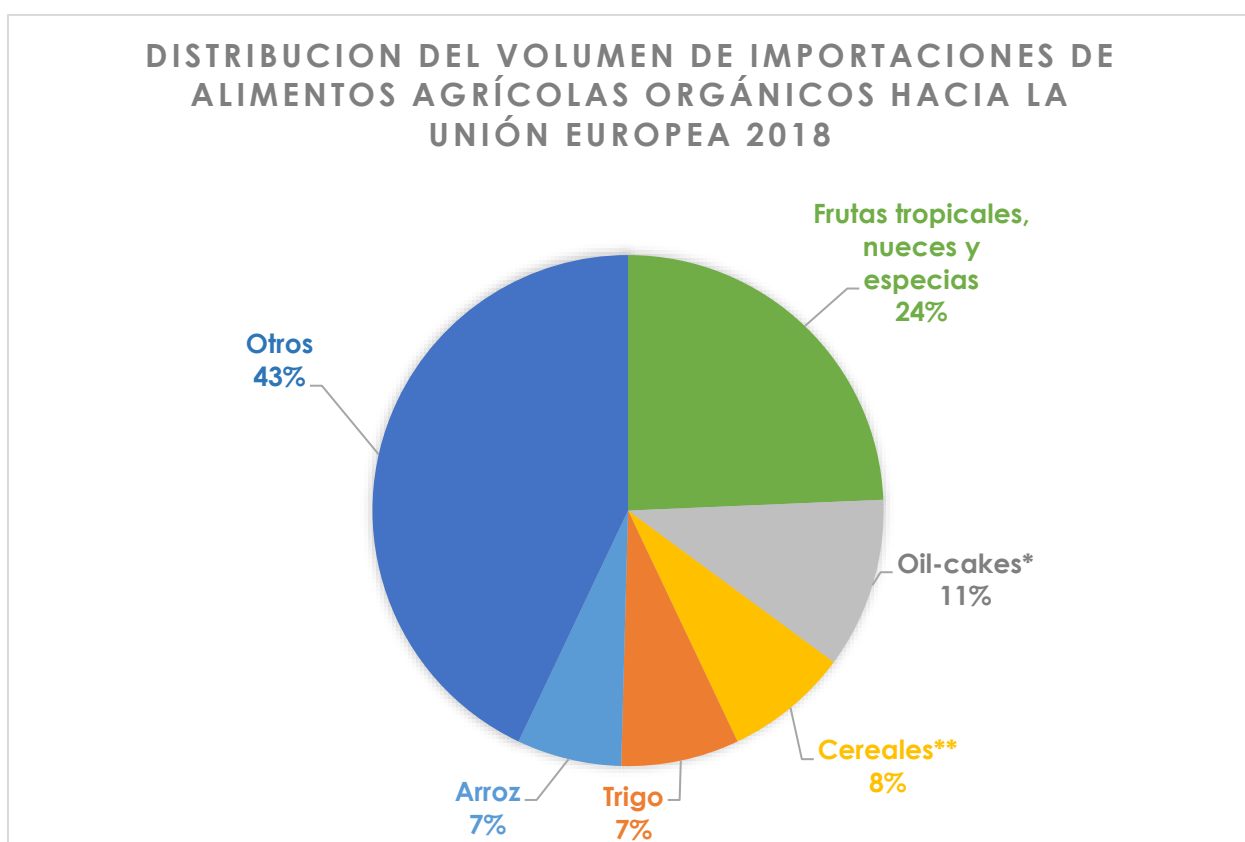


Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 65).

En referencia a las ventas propias de la Unión Europea el mismo informe reportó que en 2018 la Unión Europea importó un total de 3.3 millones de toneladas de alimentos agrícolas

orgánicos siendo las frutas tropicales, nueces y especias su principal importación (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 142).

Gráfico 6. Distribución del volumen de importaciones de alimentos orgánicos agrícolas hacia la Unión Europea 2018



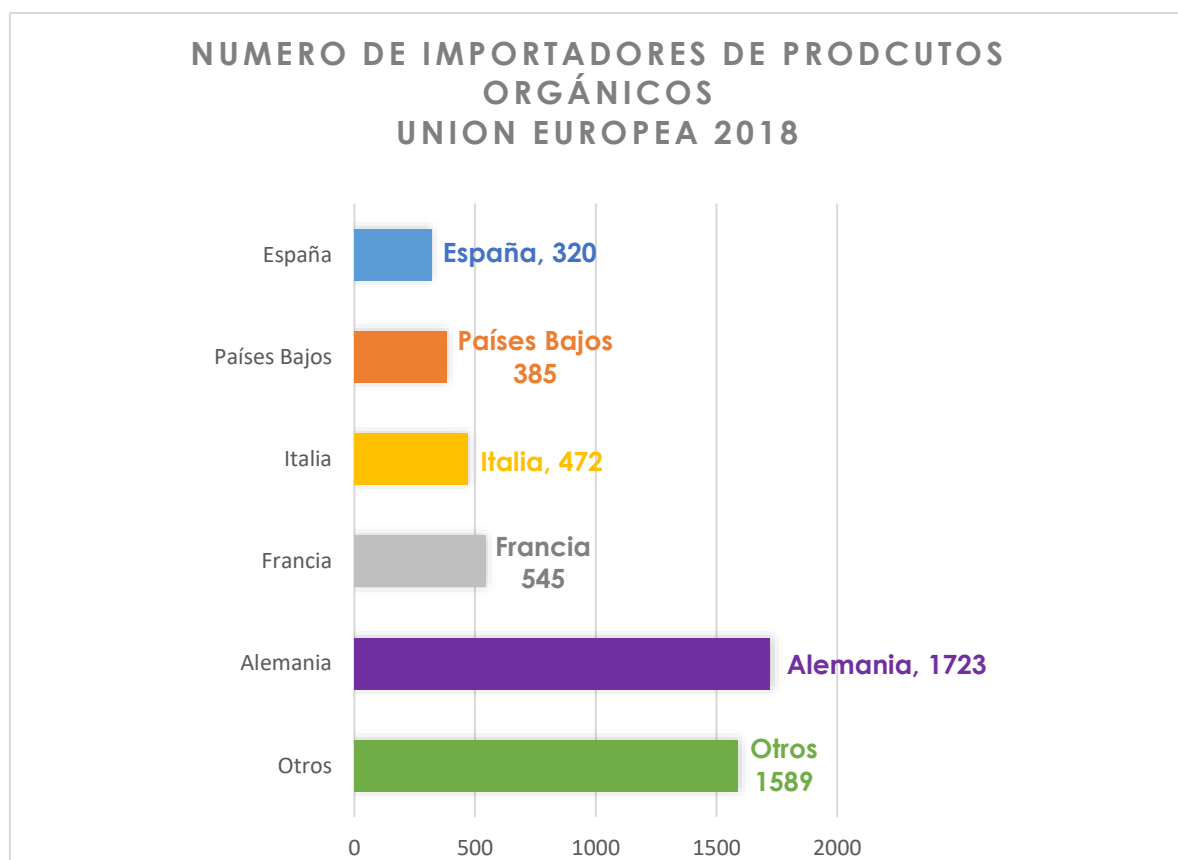
* Residuos sólidos, resultantes de la extracción de aceite de maní.

** No incluye arroz ni trigo.

Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 148)

Continuando con los datos de la UE, el informe también reporta una existencia de aproximadamente 5034 importadores de productos orgánicos, de los cuales los Países Bajos representan un total de 385 (2018), siendo de los 5 países con mayor cantidad de importadores en esa región (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 263).

Gráfico 7. Número de importadores de productos orgánicos en la Unión Europea 2018

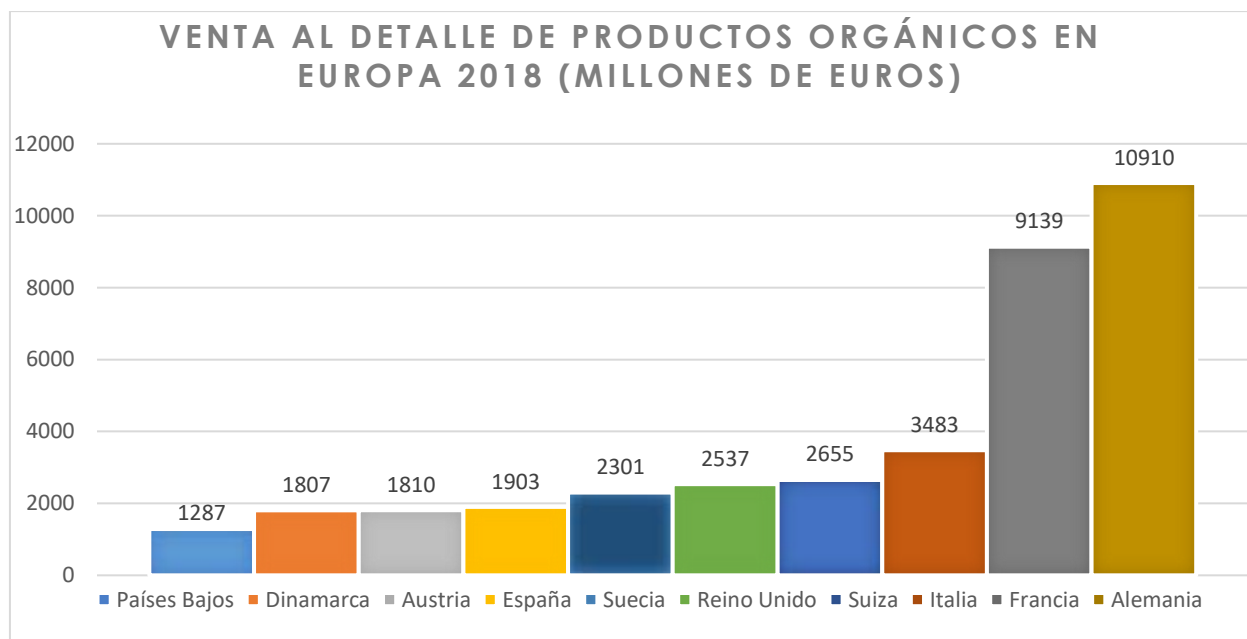


Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 263)

Con relación específica a las ventas al detalle de productos orgánicos en los Países Bajos el informe menciona que para el 2018 ascendieron a 1,287 millones de euros (FiBL & IFOAM,

2020, pág. 247), de los cuales 842 fueron por medio de supermercados convencionales, 322 tiendas especializadas, y 123 otros canales de venta (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 254).

Gráfico 8. Venta al detalle de productos orgánicos en Europa 2018 (millones de euros)



Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 247)

1.1.2. Agricultura orgánica en Costa Rica

En Costa Rica según CEDECO⁴ en el “Estudio sobre el entorno nacional de la agricultura orgánica en Costa Rica”, solicitado por Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO) del Ministerio de Agricultura (MAG), identifica que la producción orgánica inicia a mediados de la década de los ochenta con la producción y comercialización de hortalizas de pequeños productores de la provincia de Cartago y de manera más formal a partir del año de 1984 con la experiencia hortícola de pequeños productores nacionales, apoyados por una misión de cooperación japonesa que les ayudó en capacitaciones sobre agricultura orgánica, producción de abonos orgánicos, control de plagas y enfermedades (CEDECO, 2001, pág. 13).

La comercialización internacional de productos orgánicos costarricenses señala García en su libro “La Agricultura Orgánica en Costa Rica” que la misma inicia a partir del año 1987, menciona que fue ese año donde se estableció contacto con el mercado de Estados Unidos y Europa para comercializar cacao y banano orgánico (García, 1999, pág. 24). Además, agrega Amador et al. en cuanto a la importancia de estos mercados, destaca que precisamente la producción orgánica nacional se ha desarrollado en función de las oportunidades e incentivos que tanto el mercado europeo como el norteamericano presentan para estos productos (Amador, Arze, & Saraví., 2001, pág. 51).

En consecuencia, del creciente interés por desarrollar el mercado de productos orgánicos señala el estudio previamente mencionado (solicitado por el PNAO) que ya para el año 1990 algunas ONG's e instituciones estatales se interesaron más por la producción orgánica,

⁴ Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense: de las primeras ONG's fundada en 1984, que incursiono en el ámbito rural costarricense, con los primeros ensayos bajo el enfoque del Ecodesarrollo.

gestionando programas y proyectos para su fomento, incluyendo programas de capacitación para pequeños productores. Indica el estudio que en el año 1992 se crea la Asociación Nacional de Agricultura Orgánica (ANAO) que es una organización sin fines de lucro con el propósito de apoyar la legislación y certificación orgánica en el país. Fue desde esta organización que en el año 2007 se crea la primera agencia certificadora costarricense: ECOLOGICA (IBS Soluciones, PNAO, 2013, pág. 13).

En relación con los esfuerzos estatales por incentivar y regularizar la producción agrícola orgánica, el MAG señala como primer esfuerzo en el año 1994 cuando el gobierno de Costa Rica crea por decreto ejecutivo el Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO), adscrito al MAG y con el objetivo de apoyar y promover el desarrollo de la agricultura orgánica en Costa Rica. Para complementar lo anterior, el MAG indica que entre 1995-2009 se crean diferentes leyes y decretos para regular y promover la agricultura orgánica en Costa Rica, estableciendo al PNAO y a la Unidad de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (ARAO) como los cuerpos gubernamentales con funciones centrales en agricultura orgánica. En el año 1998 se crea el sello nacional orgánico aprobado por el MAG, el cual servirá como respaldo a la calidad y origen de los productos orgánicos certificados para el mercado internacional (MAG, 2020, pág. 1).

En cuanto al desarrollo del mercado internacional se menciona que a partir del año 1999 agencias de cooperación internacional de diferentes países europeos como Alemania, Bélgica y Países Bajos se interesaron en ser propulsores de la construcción de la oferta-demanda de productos orgánicos en Costa Rica. Además, señala como importante logro que

en el 2008 el país fue reconocido como “tercer país”⁵ en la UE, y este mismo año con el fin de darle mayor seguimiento a las exportaciones PROCOMER establece el “Registro de exportaciones de productos orgánicos” como rubro diferente a los productos convencionales (IBS Soluciones, PNAO, 2013, págs. 15,16, 24).

En lo que se refiere al impacto del mercado internacional para el desarrollo de la producción orgánica en Costa Rica, la OECD menciona en su reporte sobre “Análisis agroalimentario de las políticas agrícolas en Costa Rica” que aproximadamente el 70% de la producción orgánica de Costa Rica está destinada a exportarse (OECD, 2017, pág. 38). La OECD destaca también que el gobierno de Costa Rica prioriza el fortalecimiento de las exportaciones y el aumento de la contribución de la agricultura a la economía, ya que, con la limitada disponibilidad de tierra, el valor de la agricultura se basa en seguir explotando el nicho que Costa Rica desarrolla de producir productos “premium” y su sólida reputación de conciencia ambiental, resaltando que las oportunidades clave para el éxito de las próximas olas de exportaciones, radica en la expansión de nichos o productos diferenciados, como lo son los productos orgánicos (OECD, 2017, pág. 30). Sin embargo, la OECD subraya que la agricultura orgánica no representa más del 1.6% de la producción total en Costa Rica. Atribuyendo lo anterior a la falta de recursos destinados al desarrollo de agricultura orgánica; los productores tienen muchas veces que asumir procesos de certificación que pueden serles costosos; otras barreras identificadas han sido los rigurosos requisitos de trazabilidad; bajos niveles de mecanización de técnicas de producción limitadas; alto costo de mano de obra y fertilizantes orgánicos; problemas dentro de las canales de marketing y comercialización, y que no exista

5 Tercer país: La Comisión Europea enumera a los países capaces de tales garantías en una lista que se denomina “terceros países” en donde sus reglamento de producción orgánica son equivalentes a las establecidas en la legislación de la Unión Europea. Para ingresar, el gobierno del país exportador debe, entre otros requerimientos, aprobar estándares nacionales de producción orgánica, supervisión y acreditación de entes de certificación públicos o privados, a la vez que debe establecerse un sistema para el otorgamiento de certificados oficiales.

una estrategia nacional para simplificar u orientar el acceso a los mercados internacionales de agricultor a pequeña escala (OECD, 2017, pág. 61).

1.1.3. Datos nacionales de la agricultura orgánica

Costa Rica ha mantenido un crecimiento inestable según los datos obtenidos tanto por el MAG a través de las últimas dos décadas, sin embargo, los datos muestran un crecimiento sostenido en los últimos 7 años, con excepción de una leve baja en el 2019 (MAG-ARAO, 2000-2019).

Gráfico 9. Costa Rica crecimiento de las hectáreas orgánicas (miles de ha) 2000-2019

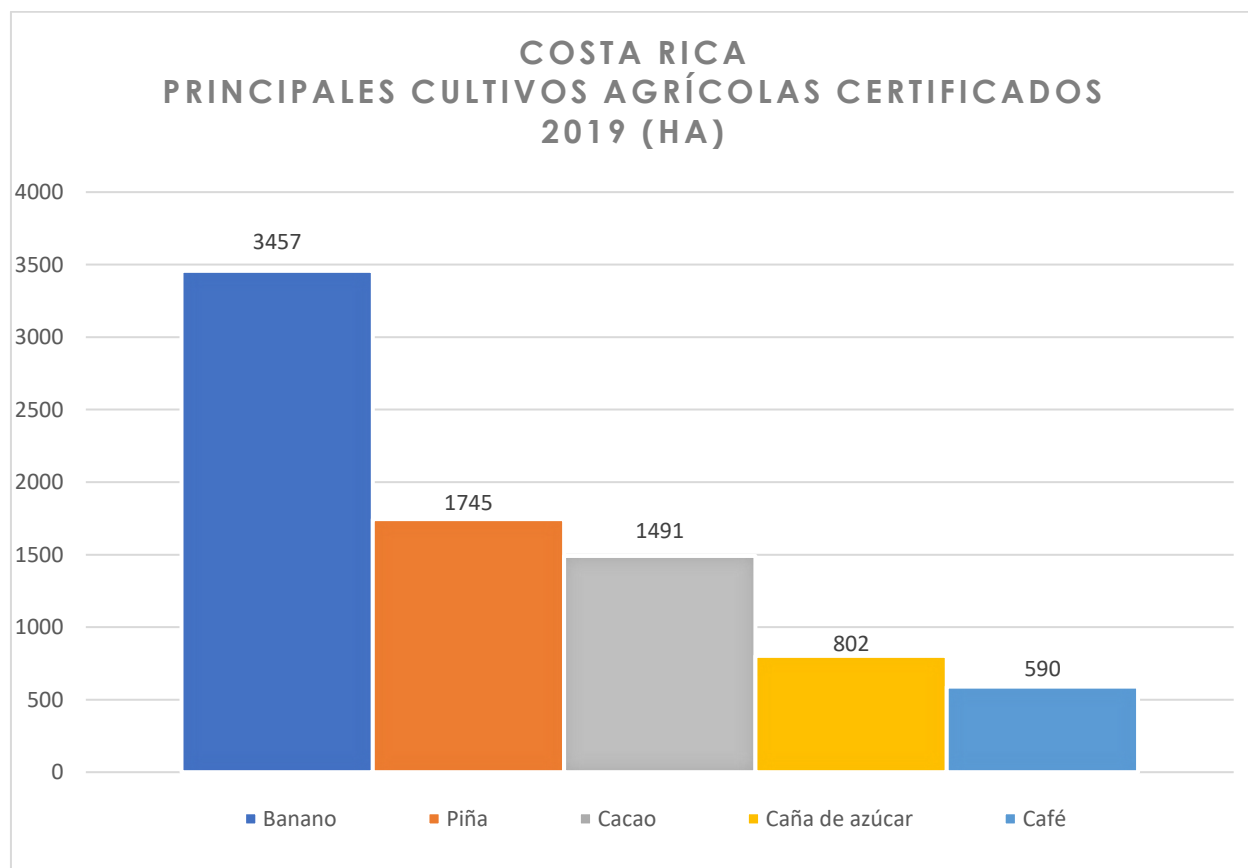


Elaboración propia con información de (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 48) y (MAG-ARAO, 2000-2019).

Según los datos del ARAO (consultados al 7 de agosto del 2020) se registran un total de 53 fincas certificadas orgánicas, de las cuales 18 tienen certificado de exportación de producto

orgánico. El banano, piña, cacao, caña de azúcar y café representaron más del 90% de los cultivos (hectáreas) orgánicos certificados para el 2019 (ARAO, 2020).

Gráfico 10. Costa Rica: principales cultivos agrícolas certificados 2019 (ha)



Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

Los mismos datos del MAG muestran una caída de las exportaciones en los últimos años, sus estadísticas revelan que en el año 2017 el país exportó al mundo un total de 16765 TM⁶ de productos orgánicos, en el 2018 un total de 11249⁷ TM, ya para el 2019 las exportaciones bajaron significativamente llegando solamente 4906⁸ TM. Según consultas hechas al MAG señalan que en ocasiones las exportaciones de productos orgánicos no son clasificadas correctamente en la partida de producto orgánico y eso puede influir en las estadísticas (MAG-ARAO, 2000-2019). En referencia a lo anterior también se puede observar una falta de coordinación entre las entidades del Estado en donde el mismo PROCOMER resalta que sus estadísticas del año 2018 difirieron con las del MAG, ya que ellos reportaron que las exportaciones de productos orgánicos alcanzaron las 27.269 TM (vs. 11.249 TM que reportó el MAG) y dan como explicación que ellos si contabilizan las exportaciones a Estados Unidos o cualquier otro país que por su naturaleza no requiera cumplir con el Reglamento 29782, pero que si se registran como orgánicos en el país destino (PROCOMER Alimento orgánicos frescos y procesados, 2020, págs. 23-26, 73).

Gráfico 11. Costa Rica: total de exportaciones de productos orgánicos 2017-2019 (TM)

6 El dato solo incluye Unión Europea y Suiza,

7 El dato incluye Unión Europea, Suiza, Estados Unidos, Canadá, Chile Tailandia, y México.

8 El dato incluye Unión Europea, Suiza, Estados Unidos, Canadá, México y Uzbekistan.



*El dato 2017 solo incluye Unión Europea y Suiza,

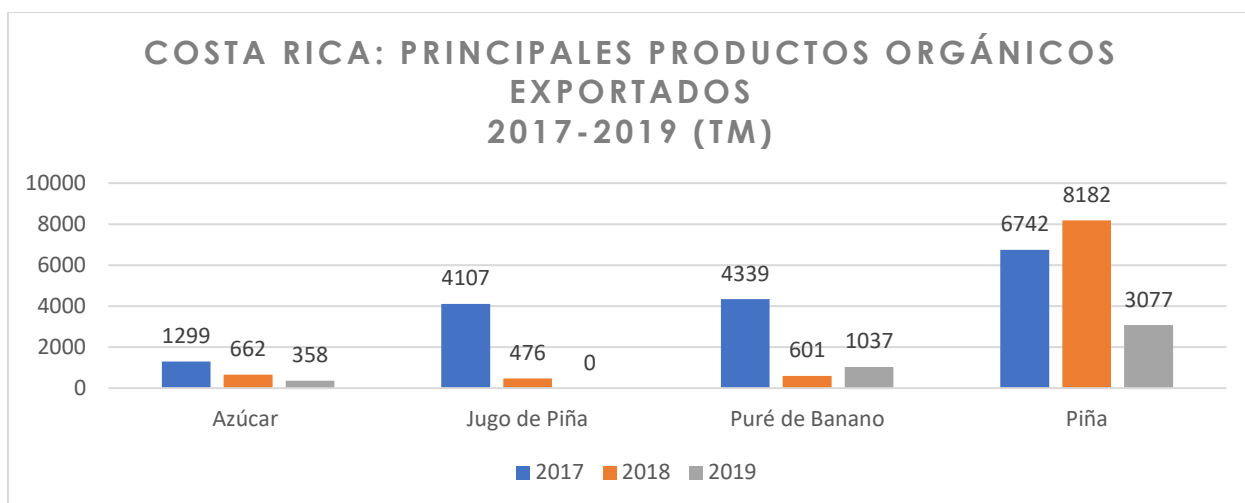
** El dato 2018 incluye Unión Europea, Suiza, Estados Unidos, Canadá, Chile Tailandia, y México.

***El dato 2019 incluye Unión Europea, Suiza, Estados Unidos, Canadá, México y Uzbekistán.

Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

Con relación a la piña orgánica, los datos del MAG demuestran que es el producto orgánico de mayor venta en mercado internacional, seguido por el azúcar, jugo de piña y puré de banano. Estos productos representaron más del 88% de total de las exportaciones de productos orgánicos (MAG-ARAO, 2000-2019).

Gráfico 12. Costa Rica: principales productos orgánicos exportados 2017-2019 (TM)



Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

Los datos del MAG revelan que el principal destino de las exportaciones costarricenses de productos orgánicos fue la Unión Europea (UE) recibiendo al menos 60% de las exportaciones (MAG-ARAO, 2000-2019).

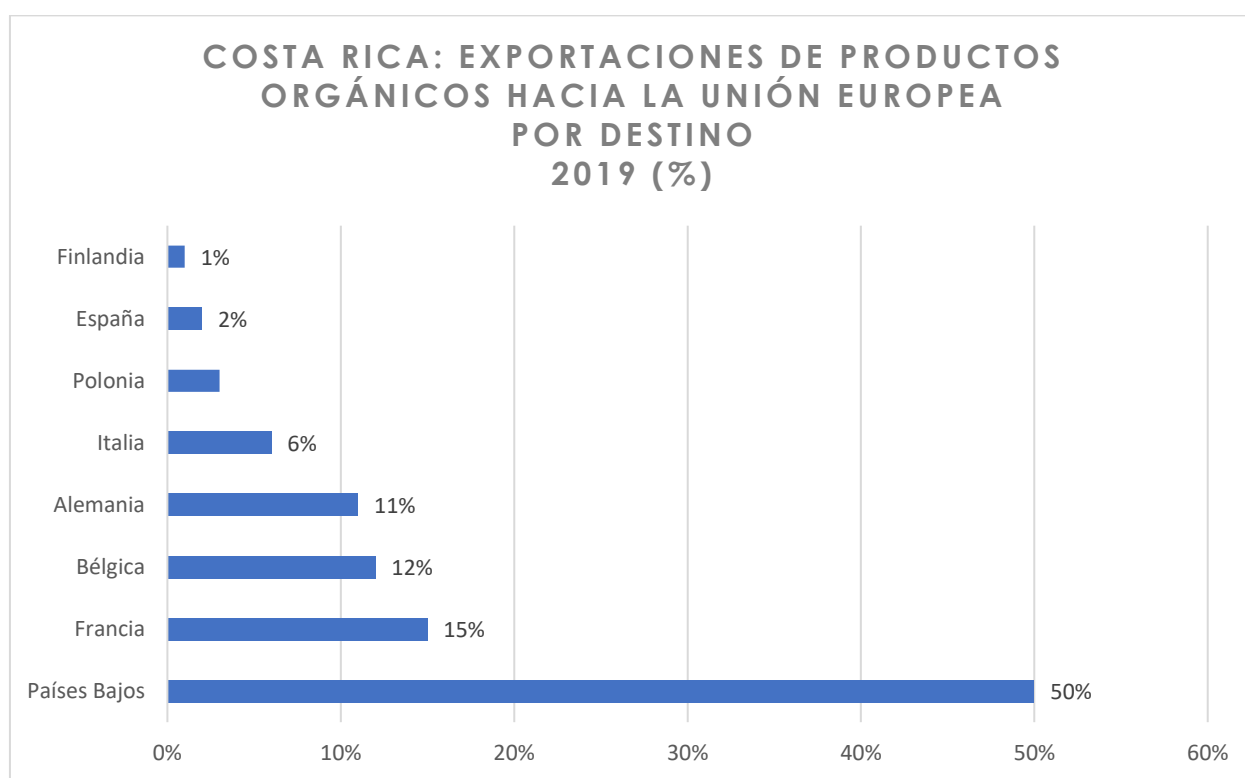
Gráfico 13. Costa Rica: total de exportaciones de productos orgánicos hacia la Unión Europea 2017-2019 (TM)



Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

En cuanto a los Países Bajos, los datos del MAG demuestran que es el destino de exportación más importante de Costa Rica en la UE para sus productos orgánicos, casi un 50% del total de sus exportaciones hacia la UE fue a los Países Bajos en el 2019 (MAG-ARAO, 2000-2019).

Gráfico 14. Costa Rica: exportaciones de productos orgánicos hacia la Unión Europea por destino 2019 (%)



Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

1.2. Perspectivas teóricas para la confección de un plan de exportación

Los autores Kotler & Armstrong describen la exportación como la forma más sencilla de entrar en un mercado extranjero, la empresa puede exportar sus excedentes, o hacer un compromiso activo para ampliar las exportaciones a un mercado en particular (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 464). En cuanto a la decisión de exportar Lainiotis señala que puede ser motivada por muchas razones, como lo es incrementar los márgenes de ganancia en un mercado donde pueda venderse el producto o servicio a un precio mayor (Lainiotis, 2015, pág. 52). Siguiendo con Kotler & Armstrong señalan que existen dos tipos de exportación: la “indirecta” que se da a través de intermediarios independientes, en donde implica menos inversión y riesgo dado que la empresa no requiere de una organización para acceder al mercado extranjero; y la “directa” donde las empresas manejan sus propias exportaciones, aquí la inversión y el riesgo son mayores, pero el rendimiento potencial puede ser mayor (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 464).

Según el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), un plan de negocios de exportación es una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está preparado frente a los mercados externos, sirviendo de instrumento para analizar de antemano con qué riesgos puede llegar a encontrarse y armar un plan de contingencia a su medida; asimismo permitirá conocer mejor los mercados de destino, elaborar una estrategia de exportación y ayudará a mejorar la relación tanto con proveedores como con agentes de ventas y entidades financieras. Es una forma organizada de exponer lo que queremos exportar, a donde queremos exportar y cómo lo vamos a lograr (BID, INTAL, 2017, pág. 1).

Leeman en su libro “Export Planning: A 10 - step approach” (Planificación de exportaciones: un enfoque de 10 pasos) describe el proceso de un plan de exportación en 4 fases:

primeramente, el establecimiento en la empresa de una “política de exportación” (¿el por qué?) donde se redefine la misión y visión empresarial en perspectiva de la expansión internacional, se realiza un análisis interno y externo FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), se evalúan los competidores y analiza sus estrategias, el fin es determinar el potencial de la empresa de internacionalizarse. Luego la segunda fase la determina como “auditoría de exportación” (¿el dónde?), se debe establecer el atractivo del destino; validación del mercado: evaluando el comportamiento de sus consumidores, fuerzas económicas, políticas, socioculturales, ecológicas, demográficas y tecnológicas; se analiza la cadena de valor establecida para entrar al mercado (fijación de precios, estructura de costos, flujo de la cadena de suministro, entre otros); el fin es determinar si el mercado es el correcto para vender el producto. La tercera fase la describe como el “plan de exportación” (¿el cómo?), se fijan los perfiles de los posibles compradores y sus exigencias para hacer la compra, los requisitos de exportación, la logística de los canales de distribución existentes, estudia y determina las conocidas 4P’s de marketing (Producto, Plaza, Precio, Promoción), analiza el tipo de inversión necesaria y las ganancias proyectadas, el fin es determinar si el plan de exportación es una propuesta sólida. Por último, como fase cuatro menciona la “implementación de exportación” (¿el qué y cuándo?), se establecerán las metas propuestas para la exportación, el fin será medir el éxito de la misma (Leeman., 2010, págs. 46-49).

Tabla 1.El proceso del plan de exportación según Leeman

FASE	ACCIÓN	TAREAS MÁS IMPORTANTES	OBJETIVO FINAL
Fase 1 (¿el por qué?)	Política de exportación	- Redefinir la misión y visión - FODA - Estudiar la competencia.	Determinar el potencial de la

FASE	ACCIÓN	TAREAS MÁS IMPORTANTES	OBJETIVO FINAL
		- Definir la estrategia internacional.	empresa de internacionalizarse.
Fase 2 (¿el dónde?)	Auditoría de exportación	- Establecer el atractivo del destino - Validación del mercado (tendencias del comportamiento de los consumidores, fuerzas económicas, políticas, socioculturales, ecológicas, demográficas y tecnológicas) - Analizar la cadena de valor (fijación de precios, estructura de costos, flujo de la cadena de suministro).	Determinar si el mercado es el correcto para vender el producto
Fase 3 (¿el cómo?)	Plan de exportación	- Fijar perfil de posibles compradores. - Los requisitos de exportación - La logística de los canales de distribución e identificar los mejores. - Fijar las 4P's de marketing (Producto, Plaza, Precio, Promoción). - Analizar el tipo de inversión necesaria y ganancias.	Determinar si el plan de exportación es una propuesta sólida

FASE	ACCIÓN	TAREAS MÁS IMPORTANTES	OBJETIVO FINAL
Fase 4 (¿el qué y cuándo?)	Implementación de exportación	- Establecer las metas de exportación.	Determinar el éxito de la exportación

Elaboración propia con información recopilada del libro (Leeman., 2010, págs. 46-49)

1.2.1. Selección de un mercado meta internacional

Según Rosendo citando a Feinberg et al. señala que los orígenes formales de la investigación de mercados inician entre el periodo de 1910 y 1920, sin embargo, la investigación comercial comenzó a tomar fuerza y a desarrollarse al final de la Segunda Guerra Mundial con la saturación de los mercados, en el que las empresas se empiezan a percatar que no podrían vender todo lo que producían, y debían analizar las necesidades del mercado para producir acorde (Rosendo, 2018).

Para Armstrong & Kotler, la operación en un nuevo mercado internacional puede presentar desafíos, señalan que las empresas pueden determinar el potencial de cada mercado utilizando indicadores demográficos, geográficos, económicos en cuanto que la estructura económica de un país da forma a las necesidades de productos y servicios de su población (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 454). Subrayan que para el segmento de mercado a escoger este debe ser medible, accesible, sustancial, diferenciable, y abarcable. Los autores destacan que se debe evaluar los segmentos del mercado presentando atención al “tamaño y crecimiento”, “atractivo estructural y objetivos”, y “recursos de la empresa”, eso le mostrará a la empresa las oportunidades para decidir a cuantos y cuáles de ellos puede atender mejor (Armstrong & Kotler, 2013, págs. 173-174). Es importante optar por una propuesta de valor

para la diferenciación y posicionamiento del producto, una “posición del producto” es la forma en que los consumidores definen un producto en atributos importantes, que se vuelven en ventajas competitivas, la cual se adquiere al ofrecer mayor valor al cliente, ya sea por precios más bajos o por proveer mayores beneficios que justifiquen los precios más altos (Armstrong & Kotler, 2013, págs. 182-184).

Dicen Sulser et al. que hay muchos factores que inciden en la elección del mercado al cual se desea exportar, entre ellos: el tipo de producto, las metas de la compañía, la capacidad de pago de la empresa extranjera, el nivel de riesgo del país seleccionado, la capacidad de producción de la empresa, la oferta y la demanda internacional, las ventajas, y la saturación de los mercados domésticos (Sulser & José, 2004, pág. 68).

1.2.2. Variables del marketing para productos orgánicos

Como se mencionaba anteriormente las principales variables del marketing son conocidas como las 4P's: producto, precio, plaza y promoción (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing., 2013, pág. 12). Según Govender et al. en el caso del marketing ecológico (orgánico), dichas variables son adaptadas con el fin de generar productos que brinden un beneficio mutuo tanto a consumidores como al medio ambiente (Govender & Govender, 2016, pág. 77).

En cuanto a las especificaciones del producto orgánico, Gitli & Arce mencionan que además de eliminar pesticidas y otros contaminantes agroquímicos, hay que tomar en cuenta todo el conjunto de nexos en el sector agroindustrial orgánico, como su empaque, transporte y manipulación (Gitli & Arce, 2001, págs. 4-7). Para la plaza de productos orgánicos señalan

que se debe considerar como en ocasiones los distribuidores prefieren obtener grandes cantidades por pedido debido al esfuerzo que involucra cada venta, además que los mercados internacionales (a los que se destinan estos productos) deberían tener dos características significativas para calificar como destino: que tenga un elevado desarrollo del mercado de productos orgánicos; y segundo que tenga una tradición establecida como importador de bienes agrícolas en general, con el fin de incrementar las posibilidades de que las medidas no arancelarias sean razonables. También para la distribución se debe considerar la baja duración de algunos productos orgánicos por lo que hay que tomar en cuenta el manejo que reciben en los puestos de venta (por ejemplo: en algunos casos los supermercados destinan un espacio menor para los productos orgánicos y los amontonan, dañando así su presentación y frescura); y la necesidad de abastecer el mercado durante todo el año y no esporádicamente (Gitli & Arce, 2001, págs. 7-8). Ozturkoglu destaca también que los canales empleados para la distribución deben caracterizarse por su preocupación por el medio ambiente de modo que sus acciones en la cadena provoquen en menor daño posible al ambiente (Ozturkoglu, 2016, pág. 5).

En referencia a la promoción Gitli et al. detallan que en general para los productos agrícolas no es relevante tanto como que el producto tenga la calidad, sin embargo, en caso de producto orgánico como representa una característica especial debe resaltarse con el fin de atraer al consumidor para que no se confunda con el producto convencional, por eso hay una necesidad mayor de invertir en promocionarlo. Resaltan la importancia de también incorporar como parte de la estrategia comercial la certificación en “comercio justo”, ya que hay una relación entre ambas que es frecuentemente olvidada, por lo que es válido considerar una ruta alternativa de certificación y promoción basándose en una mezcla de productos orgánicos y características de comercio justo (Gitli & Arce, 2001, pág. 7). El uso de eco-etiquetado es necesario y se debe resaltar el compromiso con el ambiente utilizando material reciclable (Ozturkoglu, 2016, pág. 9).

Y por último para la determinación del precio, Gitli et al. indican que en muchas ocasiones los costos asociados de productos orgánicos son muy altos (por ejemplo: los costos de certificación, los costos logísticos) y al final generalmente son trasladados al precio final del producto, afectando al consumidor, pero de no hacerse puede afectar las ganancias del productor, se debe aspirar a un balance para beneficiar a ambas partes. Se puede utilizar estrategias para abaratar los costos como lo es a través de cooperativas de productores, beneficiándose de los precios preferenciales del mercado para productos orgánicos (Gitli & Arce, 2001, pág. 8). Según la FAO los precios de los productos orgánicos son normalmente más altos de sus similares convencionales por dos razones: a) el mecanismo de oferta y demanda (una oferta más escasa que la demanda con precios cercanos a sus equivalentes convencionales) y b) los consumidores están dispuestos a pagar más por la misma cantidad de producto, por consideraciones ideológicas (FAO, s.f., pág. 7).

El consumidor responsable menciona Salas, es el capaz de concebir de que el producto que está utilizando podría generar algún impacto en el medio ambiente, y, por tanto, deber ser tratado de una manera consciente (Salas, 2018, pág. 158). Ortiz et al. clasifican a los consumidores responsables en tres tipos: el “consumidor ético” que hace uso de un bien o servicio de una forma mesurada; el “consumidor solidario” que busca el consumo social de comercio justo y su impacto en el aspecto laboral y sanitario, y el “consumidor ecológico” que tiene presente las acciones de reducir, reutilizar y reciclar, así como el impacto de los diferentes tipos de producción (Ortiz & Martínez, 2012, pág. 72).

1.2.3. Proceso de exportación

En relación específica del proceso de logística internacional de productos, según Seyoum en su libro sobre “Teoría, prácticas y procedimiento de exportación e importación”, la competencia global está motivando a las empresas a buscar formas innovadoras de ingresar a nuevos mercados, donde incluye delegar funciones de distribución y comercialización a otros intermediarios. Recalca que seleccionar y administrar sistemas de distribución adecuados proporciona una ventaja competitiva ayudando a identificar oportunidades en el mercado siendo la clave para una internacionalización exitosa (Seyoum, 2009, págs. 96-99) Seyoum describe en cinco pasos el orden aproximado del movimiento físico y distribución de las mercancías al comprador en el extranjero: El “paso uno” resulta de la correspondencia entre el vendedor (exportador) y comprador (importador), se realiza el pedido del producto deseado, se establecen los términos de venta, el método de pago y otras condiciones (etiquetado, empaque, otros documentos, etc.), se prepara una factura proforma y contrato compraventa con la misma información. En el “paso dos” la empresa (o un agente de carga) organiza la recogida y entrega de la mercancía a un transportista internacional (aerolínea, barco, camión, etc.) y reserva el espacio necesario para la carga; se deberán cumplir con la documentación requerida. El “paso tres” es cuando la mercancía es cargada en el medio de transporte internacional y transportada al puerto de destino. Para el “paso cuatro” es cuando una vez transportada la mercancía se entrega a aduanas junto con la documentación requerida para obtener la liberación de las mismas y despacharlas para que el importador las recoja. Y existiría un paso cinco en caso de que los términos de venta internacional prevean que el exportador se encargue de la entrega del producto al destinatario fuera del puerto destino, en este caso señala que la aduana liberaría la mercancía al mismo exportador y un transportista recogería la mercancía en la aduana y se encargaría de la entrega al destinatario (Seyoum, 2009, págs. 126-128).

1.2.4. Análisis FODA

Según Sarby el FODA es un marco de análisis estratégico, su acrónimo “FODA” se deriva de: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, los cuales se determinan como factores internos (Fortalezas, Debilidades) y factores externos (Oportunidades y Amenazas). Menciona este autor que el FODA ha sido utilizado por décadas y aún continúa relevante, y es requerido de forma constante para el desarrollo de trabajos en negocios y estrategia. Entre las ventajas que señala Sarsby sobre los análisis FODA es que por su tipo de diagrama visual de cuadrantes son fáciles de entender, además puede aplicarse a muchos niveles de una organización: desde un individuo, un equipo, una división o departamento de una empresa, hasta la estrategia corporativa de la misma; y entre las desventajas indica que la herramienta se puede prestar para que se le ingrese información de poca calidad o parcializada por las percepciones o creencias de sus autores, y por ende afectando sus resultados (Sarsby, 2016, págs. 3-4).

En cuanto a la función de un análisis FODA en el ámbito corporativo Johnson et al. señalan qué resume las cuestiones claves del ambiente de negocios y la capacidad estratégica de una organización, las cuales serán probablemente las que tengan un impacto en el desarrollo de una estrategia (Gerry, Kevan, & Richard, 2005, pág. 103).

En referencia al análisis de los factores internos señalan Armstrong & Kotler que las fortalezas incluyen capacidades internas, recursos y factores situacionales positivos que podrían ayudar a la empresa atender a sus clientes y lograr sus objetivos; las debilidades incluyen las limitaciones internas y los factores situacionales negativos que podrían interferir con el desempeño de la empresa. E indican que, en cuanto a los factores externos, las

oportunidades son factores o tendencias favorables en el entorno externo que la empresa podría ser capaz de aprovechar a su favor; y por último las amenazas son factores o tendencias externas y desfavorables que podrían presentar desafíos al desempeño. Por último, los autores señalan que la meta del análisis FODA es empatar las fortalezas de la empresa con oportunidades atractivas dentro del entorno mientras elimina o supera las debilidades y minimiza las amenazas (Armstrong & Kotler, 2013, págs. 54-55).

El marco FODA se le atribuye a Albert Humphrey, quien desarrolló el enfoque en el Instituto de Investigación de Stanford (SRI) en los años sesenta y principios de los setenta (British Library, s.f.).

CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DE LA PIÑA ORGÁNICA, NORMATIVA PARA SU CERTIFICACIÓN Y TÉCNICA AUTORIZADA, PERFIL DE LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA, Y DESCRIPCIÓN DE LA LOGÍSTICA PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO Y PROCESO DE EXPORTACIÓN

2.1. Piña orgánica

2.1.1. Descripción general de la piña

La piña (*Ananas comosus*) es una planta tropical con frutos comestibles autóctona de Sudamérica. Es miembro de la familia Bromeliaceae⁹. Las piñas se cultivan a partir de un corte de corona del fruto de la planta. Los suelos más comunes de las fincas de piña son arcillosos, ultisol, franco arenoso, franco arcilloso e inceptisoles. Del tallo de la planta de la piña brota una inflorescencia¹⁰ que contiene entre cien y doscientas flores colocadas en forma espiral, fusionadas al eje central. La floración se prolonga entre treinta y sesenta días aproximadamente, el fruto maduro se obtiene ciento treinta y cinco días después de haber emergido la flor (tiempo total en meses 6.5 aproximadamente). El fruto asume forma cilíndrica o piramidal y su peso varía de acuerdo a la variedad, la densidad de la siembra, el clima, y el manejo brindado a la plantación. Aunque es un cultivo perenne, solo es rentable con la producción de dos cosechas, que en Costa Rica se producen en un periodo de aproximadamente dos años y medio. Se produce en elevaciones entre el nivel del mar y 900

9 Las bromeliáceas o bromelias (Bromeliaceae) forman una familia de plantas monocotiledóneas que consta de arbustos o hierbas perennes, terrestres o epífitas, oriundas de las regiones tropicales y templadas de América (salvo una sola especie al oeste de África). Poseen hojas arrosetadas, flores y brácteas coloridas y vistosas, y los estigmas típicamente retorcidos. Gracias a su dulce fruta, la especie más conocida en todo el mundo es la piña o ananá (*Ananas comosus*), un cultivo de regiones cálidas.

10 Disposición que toman y orden en que aparecen y se desarrollan las flores en una planta cuyos brotes florales se ramifican

msnm. Requiere temperaturas entre 23 y 30°C; temperaturas más bajas o más altas reducen notablemente el crecimiento de las hojas y la formación, maduración y calidad del fruto. En cuanto a su cosecha el momento adecuado depende del destino, si es para exportación se debe cosechar cuando la fruta este completamente sazona, en las primeras etapas de maduración, pero verde; si es para el mercado nacional, la fruta se cosecha recién madura, no en estado avanzado de madurez (MAG, 1991, págs. 1,8).

La variedad piña MD2 es de las más importantes (producto de un experimento realizado por la empresa Del Monte en la década de los noventa) que vino a sustituir como variedad preferida a la “Smooth Cayenne”, proveyendo un sabor aún más dulce, más vitamina C y una vida útil más larga. Otras variedades que se manejan son la “Sugarloaf” y “Victoria”. Las piñas de consumo fresco pesan aproximadamente entre 1 y 2.5 kg. Las piñas no maduran después de la cosecha. La exposición al etileno producido por otras frutas (por ejemplo, los plátanos) puede ablandar la fruta, pero no la hará más dulce (CBI Fresh fruit vegetables, pineapple, 2018).

Las piñas se dividen en tres clases que definen su calidad: Clase Extra, Clase I y Clase II. La Clase Extra y Clase I, se conocen como las piñas de alta calidad que cumplen con los estándares internacionales de tamaño, color y sabor, y por lo mismo son de exportación. La Clase II son piñas que no cumplen con las normas internacionales para frutas frescas, pero son aptas para el procesamiento de piñas, estas se venden a procesadores de rodajas de piña, trozos y piñas deshidratadas (Nennie & De Boer, 2018, pág. 35).

Costa Rica, Brasil, Filipinas, son los principales productores de piña del mundo. Juntos, producen alrededor de 8,2 millones de toneladas al año (lo que representa un tercio de todas las piñas a nivel mundial). Las exportaciones de “piñas frescas o secas” en el mundo se estiman que aumentaron a 3,2 millones de toneladas en el 2019. El consumo de piña per

cápita se proyecta en 1,9 kg en la Unión Europea en el año 2019. Costa Rica es el principal exportador de “piñas frescas o secas” hacia la UE (FAO, 2019, págs. 5-6).

2.1.2. Características de la piña que se comercializa en la Unión Europea

La mayoría de las piñas que se venden en el mercado de la UE son Clase I o Clase Extra (CBI Fresh fruit vegetables, pineapple, 2018). Las piñas que se exportan a la UE tienen disposiciones relativas a la calidad de acuerdo con la norma UNECE Standard FFV- 49 donde se definen los requisitos de calidad de las piñas para su comercialización.

Tabla 2. Requisitos de calidad de las piñas para su comercialización de acuerdo con la norma de UNECE Standard FFV- 49, utilizada por la Unión Europea.

Todas las clases	Características generales
Clase Extra, Clase I, Clase II	- Intacta - Pulpa sana - Limpia - Libre de plagas - Libre de daños causados por plagas que afectan a la pulpa - Aspecto fresco (incluida la corona) - Libre de humedad externa anormal - Libre de cualquier olor o sabor extraño - Si hay tallo no deberá medir más de 2.5 cm medidos desde el hombro de la fruta y corte deben ser transversales, recto

	y limpio (sin embargo, durante el transporte, las piñas con un tallo más largo están excluidas de este requisito). - Madurez: el contenido total de sólidos solubles de la pulpa debe ser de al menos 120 Brix (el color de la piel puede ser verde, si cumple con la madurez).
Características específicas de las clases de Piña más vendidas en la UE	
Clase Extra	- Calidad superior - Corona (si tiene) simple y recta sin brotes laterales y no exceder el 150% de la longitud de la fruta, verse fresca y no descolorida - Pulpa perfectamente sana, libres de defectos (a excepción de superficiales muy leves); - Disposición de tolerancia 5% (de Clase I) en cada lote en cuanto a calidad y tamaño.
Clase I	- Buena calidad - Corona (si tiene) simple y sin brotes laterales y tampoco exceder del 150% de la longitud de la fruta, puede estar ligeramente: dañada, descolorida y curvada con una inclinación que no exceda los 300 del longitudinal eje de la fruta. - Pulpa perfectamente sana; puede tener defectos leves (de forma, coloración (incluida decoloración causada por el sol), de piel que no superen el 5% de la superficie total, magulladuras) - Disposición de tolerancia 10% (de Clase II) en cada lote en cuanto a calidad y tamaño.

Elaboración propia con datos de (UNECE , 2017).

La Unión Europea registro un total de 689 millones de Euros en importaciones de “piña fresca o seca” en el 2019, según datos del sitio oficial de comercio de la Unión Europea EU Trade Helpdesk¹¹. Los Países Bajos son el mayor importador de “piñas frescas o secas” en la UE, se debe principalmente a su posición geográfica, ya que posee uno de los puertos de mayor importancia de la UE (Rotterdam), que también es el principal puerto de llegada de bananos, lo cual es importante para industria piñera, dado que las compañías multinacionales importadoras de ambos productos comparten la operación de producción, empaquetado, almacenaje y distribución (CBI Fresh fruit vegetables, pineapple, 2018).

La piña tiene un precio por kilogramo relativamente bajo y los precios varían según la calidad, el volumen de suministro, la variedad, el tamaño y el valor agregado. El comercio de la piña está dominado por la variedad tipo MD2. Las empresas multinacionales que dominan el mercado son Dole Food Company, Del Monte Foods, Fyffes y Chiquita. Por lo que es importante que los exportadores más pequeños de los países en desarrollo busquen distinguirse por la calidad, el precio y la sostenibilidad. Especializarse en un producto distintivo puede aumentar las ganancias, pero se debe tener precios competitivos en todas las categorías (CBI Fresh fruit vegetables, pineapple, 2018).

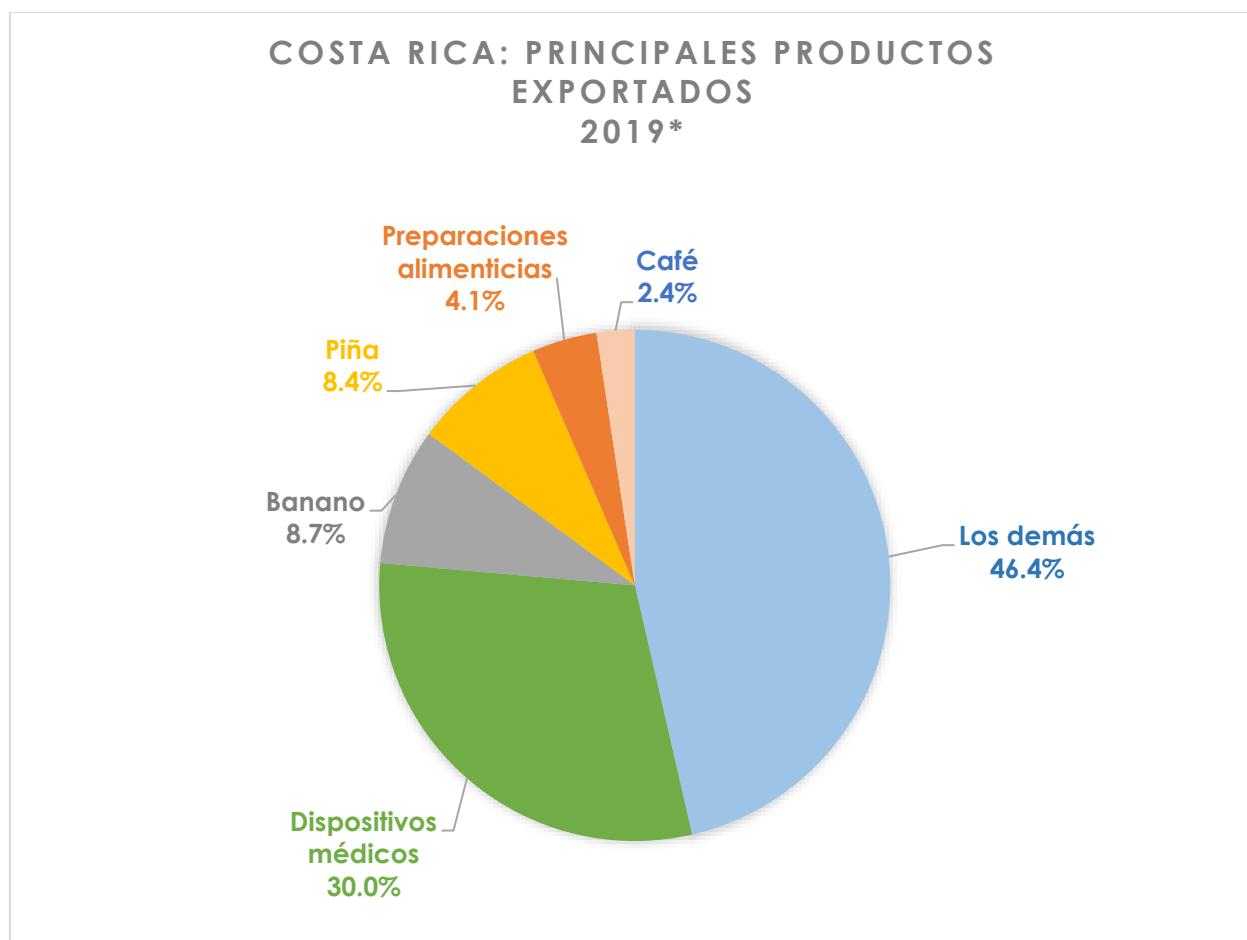
2.1.3. Datos de las exportaciones de piña de Costa Rica

11 <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/statistics> . Partida 08.04. Piñas frescas o secas. EUR28 imports from All partners.

La piña de Costa Rica se cultiva en tres áreas: Norte, Sur y Central. Según datos de CANAPEP¹² las plantaciones piña suman 44,500 ha (CANAPEP, s.f.). Históricamente la piña ha ocupado un lugar predominante en la oferta exportadora de Costa Rica, estando dentro de los tres principales productos de exportación. En el 2019 el total de exportaciones de bienes de Costa Rica para el mundo fue de 11,496 millones de USD. La piña representó un 8.4% de total de exportaciones (COMEX, 2019).

*Gráfico 15. Costa Rica: principales productos exportados 2019**

12 Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña (de Costa Rica)

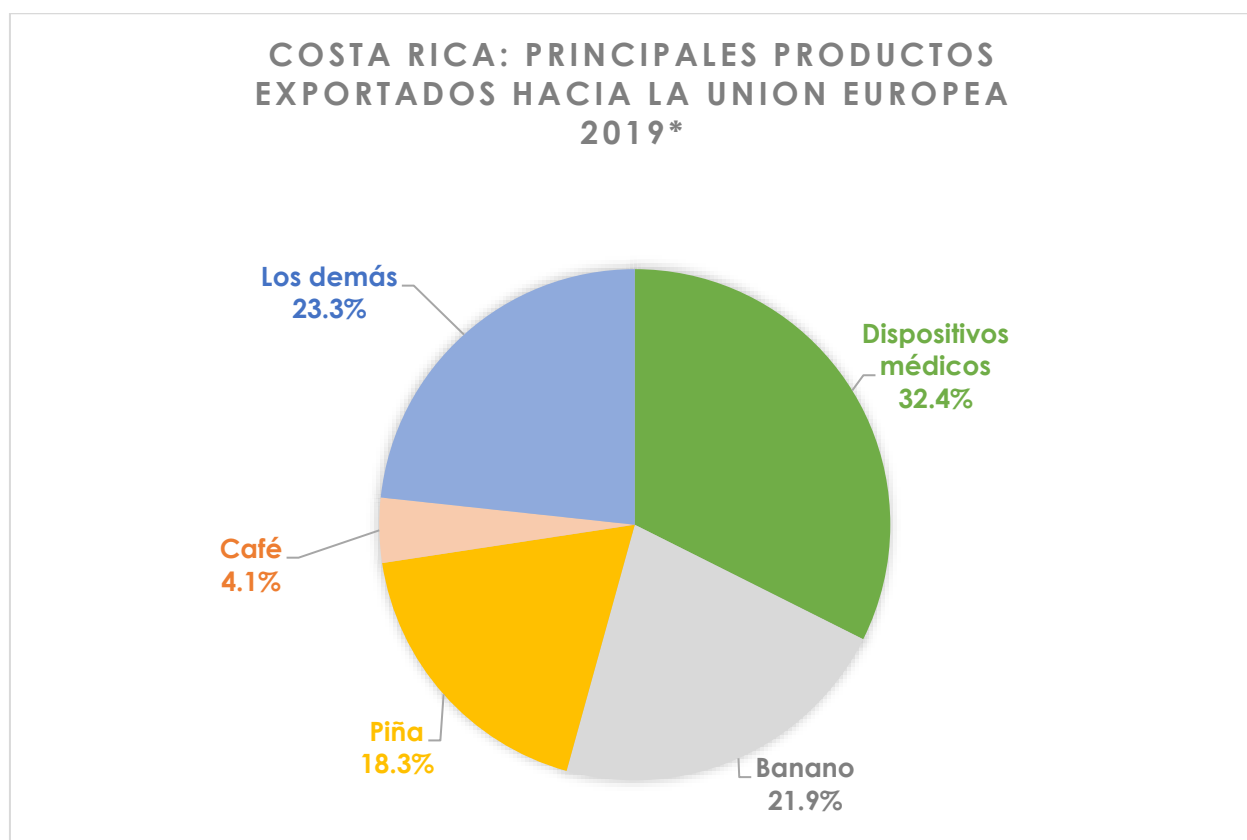


*Cifras preliminares sujetas a revisión

Elaboración propia con información de la página de estadísticas de (COMEX, 2019).

La Unión Europea (UE) es el tercer destino más importante de exportaciones de bienes costarricenses después de los Estados Unidos y Centroamérica, representando un 20.7%, llegando así a un total de 2,382 millones de USD en el 2019. La piña es también de los principales productos que se exportan a la UE (después del banano y los dispositivos médicos).

Gráfico 16. Costa Rica: Principales productos exportados hacia la Unión Europea 2019*



*Cifras preliminares sujetas a revisión

Elaboración propia con información de la página de estadísticas de (COMEX, 2019).

El valor total de las exportaciones a la UE de “piñas frescas o secas” en el 2019 fue de aproximadamente 432 millones de USD (PROCOMER, 2019).

Gráfico 17. Costa Rica: exportaciones de piñas frescas o secas hacia la Unión Europea partida: 0804300019 (millones de USD)



Elaboración propia con información de la página de estadísticas (PROCOMER, 2019).

Los Países Bajos es el principal destino de las exportaciones de bienes totales costarricenses hacia la Unión Europea, el 30% de los bienes que exporta Costa Rica a la UE llegan a los Países Bajos (COMEX, 2019). Del total de “piñas frescas o secas” exportadas a la UE (432 millones de USD) en el 2019 los Países Bajos recibió casi 132 millones de USD, el 30% de total (PROCOMER, 2019).

Gráfico 18. Costa Rica: exportaciones de piñas frescas o secas a los Países Bajos. Partida: 08.04 (millones de USD)



Elaboración propia con información de la página de estadísticas (PROCOMER, 2019).

2.1.4. Producción de la piña orgánica en Costa Rica

La producción orgánica de piña en Costa Rica según Rodríguez en su publicación realizada en la revista mensual “Ambientico” sobre actualidad ambiental publicada por la UNA, menciona que comienza a principios de la década de los 2000 por Asoproagroin¹³, cuando esta asociación estableció un fideicomiso agropecuario, concediendo préstamos a pequeños productores agrícolas orgánicos y de comercio justo; sin embargo, posteriormente surgió la

¹³ Asociación Programa de Desarrollo Agroindustrial de la Zona Norte (Asoproagroin) es en parte un producto de la condonación de la deuda externa por parte de los Países Bajos en el 2001, formando parte de un programa de desarrollo socioeconómico que se enfocó especialmente en la Zona Norte del país, desde La Cruz, en Liberia, hasta Los Chiles pasando por los cantones de Upala, Guatuso y San Carlos.

idea de enfocarse en ciertas áreas de la producción y brindar no solo apoyo financiero, sino también, asesoría técnica y capacitación a los pequeños productores. A partir de esta nueva visión se comenzó a sembrar naranjas, tubérculos, legumbres y otros y luego producir la piña orgánica (Rodríguez, 2006).

Actualmente según López y Mora (2018), en un reporte publicado por la revista académica de la UCR “Pensamiento Actual” sobre el “Análisis de la disponibilidad de piña orgánica y jugo de piña orgánica en Costa Rica para la exportación”, identifican los siguientes entes privados y cooperativas como los principales en apoyar la producción y exportación de piña orgánica:

Tabla 3. Los entes privados y cooperativas más importantes que prestan apoyo para la producción y exportación de piña orgánica

Entes privados y cooperativos	Descripción
- Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña (CANAPEP):	Agrupar a productores y exportadores, tanto de piña convencional como orgánica, con el objetivo de facilitar los procesos de inserción en los mercados internacionales, así como orientar en el cumplimiento de la normativa ambiental, laboral y social requerida.
- Cámara Nacional de Exportadores y productos orgánicos (CANAPRO):	Tiene como fin coordinar entre actores de producción orgánica para mejorar las condiciones del sector mediante la generación de capacidades, recursos

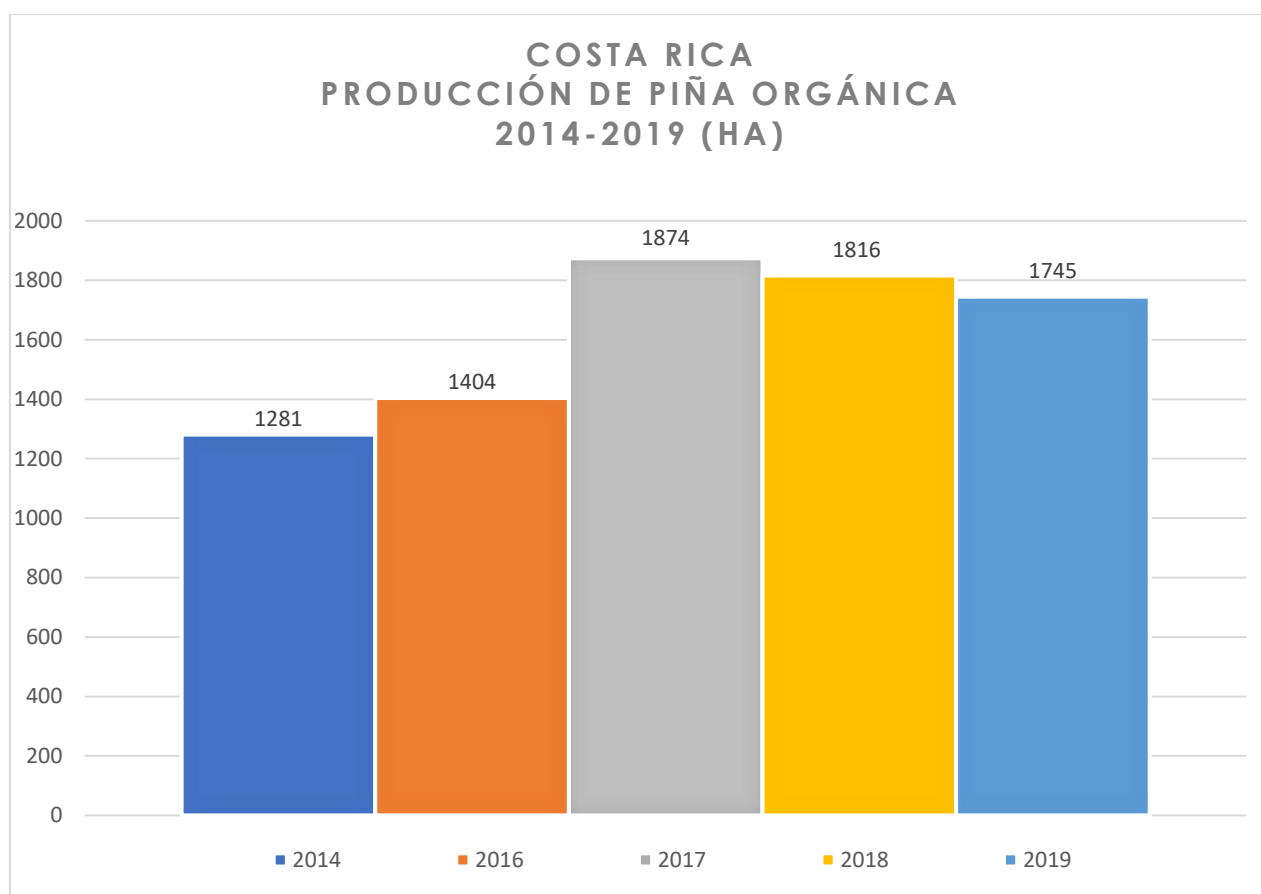
Entes privados y cooperativos	Descripción
	técnicos, búsqueda de financiamiento y promoción en el nivel nacional e internacional.
- Asociación Nacional de Agricultores orgánicos (ANAO):	Busca apoyar a los productores en sus esfuerzos de comercialización, especialmente en los procesos de certificación, así como promover y divulgar conocimiento sobre producción orgánica.
- Asociación de Consumidores y Productores Orgánicos de Costa Rica (APROCO):	Propulsora de movimiento orgánica y actualmente administra la “Feria orgánica El Trueque”, pionera en su tipo desde el 2003.
- Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense (MAOCO):	Movimiento social costarricense que promueve y desarrolla la producción agropecuaria orgánica, integrando productores/as y consumidores/as e instancias de apoyo con otros actores/as afines.
- Cooperativas:	Entes asociativos que agrupan a pequeños productores de piña, facilitan la generación de economías de escala, mejorando la posición de estos en la producción y la

Entes privados y cooperativos	Descripción
	comercialización. Como ejemplo de este tipo de cooperativas se puede mencionar a COOPEPROAGRO R.L. (cooperativa de 21 orgánicos productores de piña de Upala, Guatuso y San Carlos (Nennie & De Boer, 2018, pág. 33), y COOPEZARCERO R.L.

Elaboración propia con datos de (López & Mora, 2018).

La piña es actualmente uno de los principales productos orgánicos cultivados en Costa Rica, en el 2019 se registraron 1745 ha.

Gráfico 19. Costa Rica: producción de piña orgánica 2014-2019 (ha)



Nota: en 2015 no se registran datos por parte de MAG.

Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

2.1.5. Datos de exportaciones de piña orgánica de Costa Rica

Según PROCOMER los siguientes fueron los datos registrados en dólares respecto a las exportaciones de piña orgánica de Costa Rica al mundo.

Gráfico 20. Costa Rica: exportaciones totales de piñas orgánicas. Partida: 0804.30.00.11 (2017-2019) (USD)



Elaboración propia con información de la página de estadísticas (PROCOMER, 2017-2019).

Según los datos del MAG, la piña orgánica es el producto agrícola orgánico que más exporta Costa Rica al mundo, en el 2018 representó 8182 TM lo cual representa un 72% del total de los productos orgánicos exportados (MAG-ARAO, 2000-2019).

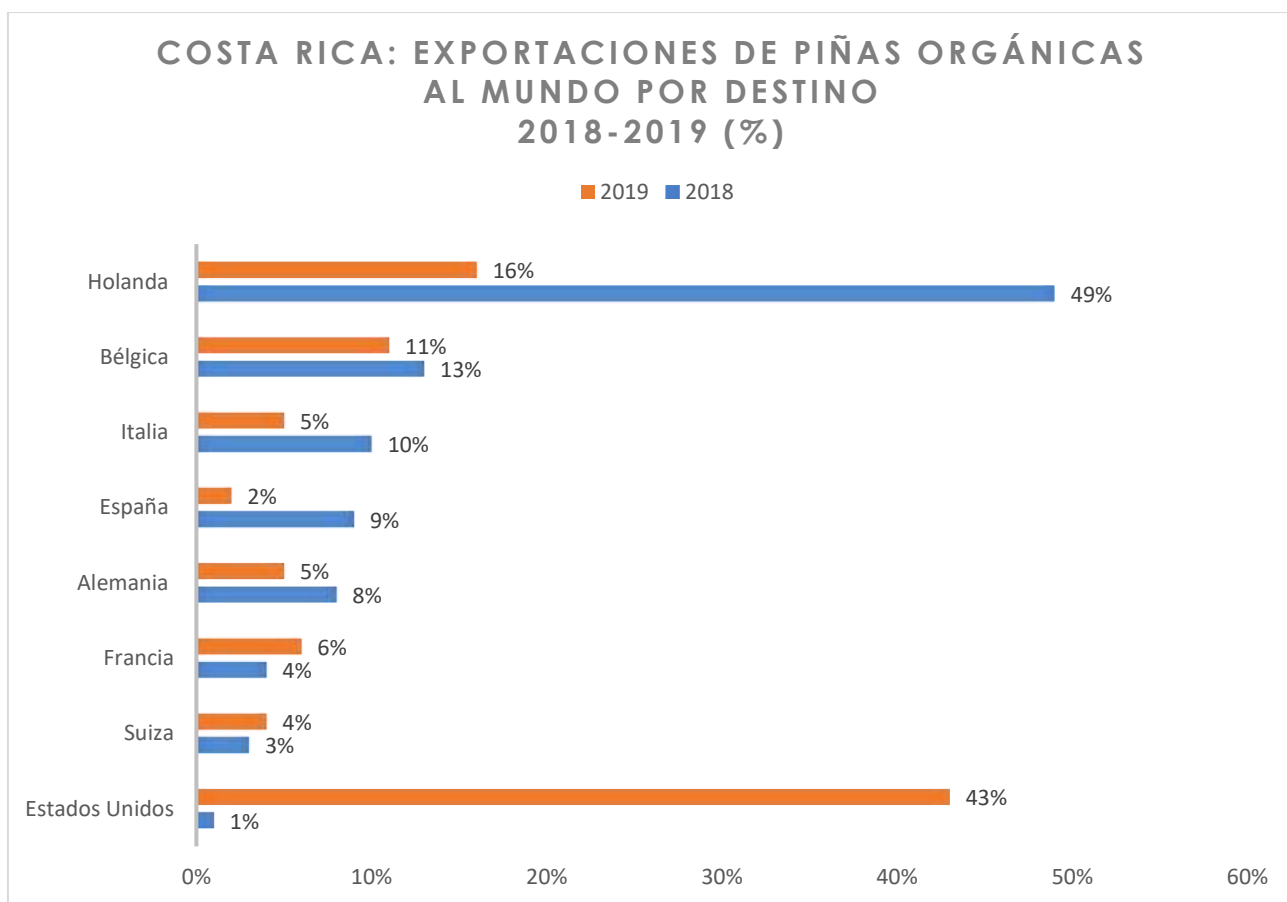
Gráfico 21. Costa Rica: exportaciones mundiales de piña orgánica 2017-2019 (TM)



Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

Los datos del MAG también reflejan que los principales destinos para la exportación de piña orgánica costarricense son la Unión Europea, Estados Unidos y Suiza. La Unión Europea representó el destino de más de 96% del total de piñas orgánicas exportadas en el 2018 (49% de ese total fue para los Países Bajos), no obstante, el 2019 tuvo una representación de aproximadamente el 45%, similar al porcentaje de los Estados Unidos (MAG-ARAO, 2000-2019).

Gráfico 22. Costa Rica: exportaciones de piñas orgánicas al mundo por destino 2018-2019 (%)



Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019).

En el 2019 los Países Bajos recibieron más del 30% de la piña orgánica que llega a la Unión Europea desde Costa Rica (MAG-ARAO, 2000-2019), y su porcentaje ha sido mayor en años anteriores inclusive.

Gráfico 23. Costa Rica: exportaciones de piña orgánica hacia los Países Bajos 2017-2019
.(TM)



*2017 se exportó a la UE 6425 TM

**2018 se exportó a la UE 7876 TM

***2019 se exportó a la UE 1540 TM

Elaboración propia con información de (MAG-ARAO, 2000-2019)

2.2. Normativa para la certificación en agricultura orgánica

En el año 1980 se establecieron las primeras normas para la agricultura orgánica acordadas internacionalmente por el IFOAM, las cuales sirvieron como base para el desarrollo posterior de las normas gubernamentales de la Unión Europea establecidas en el año 1991, y de las normas conjuntas de la Comisión de Codex Alimentarius de la FAO en 1999. Las normas de la FAO se consideran una referencia para las decisiones de la OMC¹⁴, y por ende juegan un papel importante en las disputas del comercio orgánico internacional (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanoli, 2007, pág. 131). Según el IFOAM & FiBL, 84 países contaron con normativa para la producción agrícola orgánica en el 2019, y otros 17 estaban en proceso de redactar una legislación (FiBL & IFOAM, 2020, pág. 23).

2.2.1. Normativa de la Unión Europea

Cómo se mencionó anteriormente la UE es la primera región del mundo que estableció una normativa oficial adoptada por todos sus países miembros. Su normativa busca proteger el mercado contra el fraude y proporcionar mayores garantías para los consumidores mediante la protección del término “orgánico”. La normativa establecida por la UE también busca facilitar el comercio tanto para sus países europeos como con países fuera de la UE, porque ambas partes tendrían que cumplir con un reglamento común. Es por lo anterior, que el reglamento para la producción agrícola orgánica de la UE se utiliza como modelo para los reglamentos de otros países, dando como resultado la posibilidad de exportar y comercializar

14 Organización Mundial del Comercio.

en ambos con mayor facilidad los productos como “orgánicos”. En referencia a esta facilidad, la UE estableció dentro del reglamento un término de categoría de "tercer país" que como ya se mencionó en el capítulo anterior se refiere a una lista de países que se han ganado un acceso más directo al mercado de la UE para comercializar sus productos orgánicos porque sus regulaciones son equivalentes a las de la UE, y Costa Rica es uno de ellos. (Aschemann, Hamm, Naspetti, & Zanoli, 2007, pág. 131).

El ente encargado de regular la normativa en la producción, distribución, importación y venta de productos orgánicos es la Comisión Europea de Agricultura Ecológica. El marco legal de la normativa se define en los siguientes tres reglamentos:

- Reglamento (CE) No. 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos orgánicos.
- Reglamento (CE) No. 889/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) No. 834/2007.
- Reglamento (CE) No. 1235/2008, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) No. 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

(Comisión Europea, s.f.)

Según el Reglamento No. 834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos (orgánico) la UE considera a la producción orgánica como un sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad, la preservación de recursos naturales, la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y una producción conforme a las preferencias de

determinados consumidores por productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales. Así pues, los métodos de producción ecológicos desempeñan un papel social doble, aportando, por un lado, productos ecológicos a un mercado específico que responde a la demanda de los consumidores y, por otro, bienes públicos que contribuyen a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural (Consejo de la Unión Europea, 2007, pág. 1).

En su legislación vigente la Unión Europea define a tres actores claves dentro del proceso de certificación orgánico:

- Autoridad competente: es la autoridad central de un Estado miembro competente para la organización de los controles oficiales en el ámbito de la producción orgánica de conformidad con las disposiciones establecidas en el Reglamento (CE) No. 834/2007, o cualquier otra autoridad a la que se le haya atribuido esta competencia; en su caso, incluirá asimismo a la autoridad correspondiente de un tercer país.
- Autoridad de control: una organización pública administrativa de un Estado miembro a la que la autoridad competente le haya conferido, total o parcialmente, sus competencias de inspección y certificación en el ámbito de la producción orgánica de conformidad con las disposiciones establecidas en el Reglamento (CE) No. 834/2007; en su caso, incluirá asimismo a la autoridad correspondiente de un tercer país o a la autoridad correspondiente que actué en un tercer país.
- Organismo de control: una entidad tercera privada e independiente que lleve a cabo la inspección y la certificación en el ámbito de la producción orgánica de conformidad con las disposiciones establecidas en el Reglamento (CE) No. 834/2007, en su caso, incluirá asimismo a la autoridad correspondiente de un tercer país o a la autoridad correspondiente que actué en un tercer país. Este organismo deberá estar acreditado por la autoridad de control.

Tabla 4. Descripción del marco legal de la normativa para la producción orgánica en la Unión Europea

Reglamento	Descripción
Reglamento (CE) No. 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos orgánicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) No. 2092/91: <i>(El Reglamento será derogado a partir del 1 de enero del 2022 y entrará a regir el Reglamento (UE) 2018/848 (número está por definirse, ya que se encuentra en revisión) del Parlamento Europeo y del Consejo sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos y <u>por el que se deroga el Reglamento (CE) No. 834/2007 del Consejo:</u></i>	Define los objetivos, principios y normas aplicables a la producción orgánica para contribuir con la transparencia y confianza de los consumidores, competencia leal, funcionamiento eficaz del mercado interior, fijando una definición armonizada de concepto de producción orgánica. Establece la definición de “país tercero” para la importación de producto orgánico. Establece también los principios de etiquetado y publicidad de productos orgánicos. En el nuevo <u>Reglamento (UE) 2018/848</u> según el sitio oficial del Parlamento Europeo en (Parlamento Europeo, 2019) entre los cambios más importantes será reforzar el sistema de control para desarrollar la confianza de los consumidores en la agricultura orgánica de la UE. Todos los operadores de la cadena de suministro de alimentos -agricultores, criadores, procesadores, comerciantes, importadores- serán controlados in situ, al menos una vez al año, o una vez cada dos

Reglamento	Descripción
	años si no se descubrió ningún incumplimiento durante los tres años previos. Además, los agricultores deben tomar medidas de precaución para evitar la contaminación "accidental" con pesticidas o fertilizantes no autorizados; un producto pierde su consideración como "orgánico" si la contaminación se debe a fraude o comportamiento negligente. Se aplicarán procedimientos más fáciles para la certificación de pequeños agricultores. Con el fin de que haya competencia más justa los productores de terceros países que deseen vender sus productos en la UE deben cumplir las mismas normas que los productores de la UE; las normas actuales, en virtud de las cuales los países que no pertenecen a la UE deben cumplir normas similares serán eliminadas progresivamente; garantizando así que productos orgánicos vendidos en la UE sean de la misma calidad. Se ampliará la gama de productos que pueden comercializarse como orgánicos.
Reglamento (CE) No. 889/2008, por el que se establecen disposiciones	Define más explícitamente los requisitos básicos en materia producción orgánica, control y el

Reglamento	Descripción
de aplicación del Reglamento (CE) No. 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos orgánica, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control. <i>(Y el Reglamento de ejecución (UE) 2018/1584 de la comisión que modifica algunos artículos y anexos).</i>	etiquetado de productos orgánicos. Además, fija determinadas definiciones con el fin de evitar ambigüedades y garantizar la aplicación uniforme de las normas de producción orgánica. El Reglamento 2018/1584 en lo que concierne a agricultura orgánica realiza una modificación al Anexo I de fertilizantes, acondicionadores de suelo y nutrientes. También modificaciones en el Anexo II de Plaguicidas.
Reglamento (CE) No. 1235/2008, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) No. 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países. <i>(Y el Reglamento de ejecución (UE) 2020/479 del 2020 que modifica el artículo 13)</i>	Establece normas y procedimientos detallados para garantizar la aplicación correcta y uniforme de las disposiciones generales aplicables a la importación de productos orgánicos que cumplen con los requisitos o presenten garantías equivalentes. Establece la lista de “terceros países” de la cual Costa Rica es reconocido como tal. Establece las definiciones de “certificado de control”, “documento justificativo”, “remesa”, “primer destinatario”, “comprobación de la remesa”, “autoridades competentes de los Estados miembros” y el “informe de evaluación” que son elementos necesarios de conocer para el proceso de importación.

Reglamento	Descripción
	El Reglamento 2020/479 establece que el certificado de control debe ser subido a la plataforma TRACES¹⁵ por el organismo de control pertinente antes de que la remesa abandone el tercer país de exportación u origen. La autoridad u organismo de control debe firmar la declaración que figura en la casilla 18 del certificado una vez haya realizado un control documental sobre la base de todos los documentos de control pertinentes en especial el plan de producción, los documentos comerciales, los documentos de transporte (solamente para el caso de los documentos de transportes en caso de que no se tenga a tiempo se incluirán en el certificado de control (en la plataforma TRACES) en un plazo máximo de diez días a partir de la expedición del certificado y, en cualquier caso, antes de que las

15 Trade Control & Expert System (TRACES), es una plataforma electrónica de la UE para la certificación sanitaria y fitosanitaria requerida para la importación de productos alimenticios y rastrear el movimiento de los mismos dentro de la UE. Desde el 19 de octubre del 2017 la Unión Europea (UE) cuenta con un nuevo sistema único de certificación electrónica para los productos orgánicos en TRACES donde los certificados y documentos de importación especificados en el Reglamento serán subidos a la plataforma con el fin monitorear las importaciones de productos orgánicos. El sistema pretende mejorar las disposiciones en materia de inocuidad de los alimentos, reducir posibles fraudes, y aumentar la trazabilidad de los productos orgánicos. Además, busca reducir la carga administrativa de los operadores y proporcionar mayores datos estadísticos sobre las importaciones de productos orgánicos. El sistema es accesible las 24 horas y permite a los socios comerciales y autoridades competentes obtener fácilmente información sobre los movimientos de los envíos (PROCOMER, 2017).

Reglamento	Descripción
	autoridades competentes del Estado miembro visen el certificado de inspección.

*Elaboración propia, con información de los documentos oficiales de los Reglamentos de la Unión Europea señalados en la tabla. Estos documentos fueron obtenidos en el sitio web EUR-Lex que es el sitio oficial de textos legislativos de la Unión Europea.

A nivel general la Unión Europea ya ha establecido niveles máximos de residuos de plaguicidas en y sobre los productos alimenticios a importar, así como requerimientos y control de organismos genéticamente modificados (OGM), control de plantas, trazabilidad, etiquetado, comercialización, de certificación orgánica; *(estos requerimientos pueden encontrarse en la página del Helpdesk¹⁶ de comercio de la Unión Europea (My Export))*.

2.2.2. Normativa de Costa Rica

Costa Rica desde el año 2003 es reconocida por la UE en la lista de la categoría de “tercer país”. La Comisión Europea enumera en esta lista a los países en donde sus reglamentos de producción orgánica son equivalentes a las establecidas en la legislación de la UE. Para ingresar a la lista, Costa Rica entre otros requerimientos debió aprobar estándares nacionales de producción orgánica, supervisión y acreditación de entes de certificación públicos o privados, y establecer un sistema para el otorgamiento de certificados oficiales (Comisión

16 <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/myexport#?product=0804300000&partner=CR&reporter=NL&tab=all>.

Europea, 2008). La UE reconoce las certificaciones otorgadas por Costa Rica reguladas por el Servicio Sanitario del Estado (SFE) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

El marco legal de la producción orgánica está compuesto por tres leyes y tres decretos ejecutivos:

- Ley orgánica del ambiente 7554 de 1995.
- Ley de protección fitosanitaria 7664 de 1997 y su Reglamento decreto 36801 del 2011.
- Ley de Desarrollo, Promoción y Fomento de la Actividad Agropecuaria Orgánica 8591 del 2007 y su reglamento decreto 35242 del 2009.
- Reglamento de Agricultura Orgánica: Decreto Ejecutivo 29782 del 2001, modifica al 25834 de 1997 y al 29067 de 2000 (La Gaceta Digital de Costa Rica, 2009).

(MAG, 2020, pág. 1).

Según el Reglamento de Agricultura Orgánica No. 29782, Costa Rica considera que la agricultura orgánica es de gran importancia para el país en relación con la salud de la población, la conservación del ambiente, la generación de fuentes de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos. La define como todos los sistemas agrícolas que promueven la producción ecológica, social y económicamente sana de alimentos y fibras, tomando la fertilidad del suelo como un elemento fundamental para la producción exitosa, respetando la capacidad natural de las plantas, los animales y los terrenos, para optimizar la calidad en todos los aspectos de la agricultura y el ambiente (Presidencia de la República y MAG, 2001, págs. 1-2).

En la legislación vigente se establece también a los actores que serán reconocidos oficialmente como los encargados de regular la agricultura orgánica en el país y reconocidos por la Unión Europea:

- Autoridad competente: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).
- Autoridad de control: Unidad de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (ARAO) del Departamento de Operaciones Regionales, del Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) del MAG. Es el fiscalizador de inspección y certificación, importación y exportación. Entre sus funciones principales está el de acreditar y fiscalizar a las agencias certificadoras; llevar el registro nacional de las agencias, inspectores orgánicos, fincas y operadores orgánicos (productor, procesadores, exportador o comercializador). Avalar de forma técnica la reglamentación de agricultura orgánica de países de los que se requiere importar productos e insumos orgánicos. El ARAO emite los certificados de exportación para productos orgánicos (Presidencia de la República y MAG, 2001, Capítulo IV).
- Organismo de control: Agencias Certificadoras acreditadas ante al ARAO. Todo producto agropecuario, proceso productivo o industrialización en instalaciones dedicadas a la producción orgánica en Costa Rica, para ser reconocidos como tales, deben ser certificados por una agencia certificadora registrada y acreditada por el ARAO. Ésta expide un certificado que será registrado ante el ARAO para comercializarse localmente como producto orgánico, y con el mismo podrá optar por un certificado de exportación de producto orgánico emitido por el ARAO para su venta internacional.

Tabla 5. Descripción del Marco legal de la normativa de la producción orgánica en Costa Rica

Ley o Decreto	Descripción
Ley Orgánica del ambiente No. 7554 de 1995:	La ley busca dotar a los costarricenses y al Estado de instrumentos necesarios para la utilización racional de los elementos ambientales con el fin de proteger la calidad de vida de los habitantes del territorio nacional. Para lo anterior el estado propiciará por medio de sus instituciones la puesta en práctica de un sistema de información con indicadores ambientales con el fin de medir la evolución y correlación con los indicadores económicos y sociales para el país. Establece que la agricultura ecológica es sinónimo de orgánica o biológica.
Ley de Protección fitosanitaria No. 7664 de 1997:	Esta ley declara de interés público y aplicación obligatoria las medidas de protección fitosanitaria que tienen como objetivo entre otras cosas proteger los vegetales de los perjuicios de las plagas, evitar la introducción de plagas y su difusión que amenacen la seguridad alimentaria y actividad económica de producción agrícola. Fomentar el manejo de plagas dentro del desarrollo sostenible con metodologías que no dañen el ambiente. Evitar que las medidas fitosanitarias se comporten de manera innecesaria obstáculos para el comercio internacional. Indica que el SFE será la autoridad administrativa de velar por el cumplimiento de las medidas y llevar el registro de productores orgánicos en general, así como emitir los

Ley o Decreto	Descripción
	certificados de agricultura orgánica o acreditar para hacerlo a actores externos calificados.
Decreto Ejecutivo: Reglamento de la Estructura Organizativa del Servicio Fitosanitario del Estado No. 36801-MAG del 2011:	Este decreto establece una estructura organizativa del SFE, para la adecuada ejecución de las funciones y competencias de la Ley No.7664. Se solicitaba al SFE crear diferentes departamentos para su organización, el nuevo encargado de asumir las funciones y competencias en materia de agricultura orgánica ahora a la Unidad de Acreditación y Registro de Agricultura Orgánica (ARAO) del Departamento de Operaciones Regionales.
Ley de Desarrollo, Promoción y Fomento de la Actividad Agropecuaria Orgánica No. 8591 del 2007:	La ley tiene como objetivo asegurar el cumplimiento de desarrollo, promoción, fomento y gestión de la actividad agropecuaria orgánica, fortalecer los mecanismos de control y promoción de los productos derivados de la misma y procurar la competitividad y rentabilidad de dichos productos. Con beneficio especial a las personas, micro, pequeñas y medianas productoras (como exoneraciones fiscales, entre otros). Establece que el Estado deberá incluirlas dentro del Plan nacional de desarrollo. Las instituciones de la administración pública deberán generar apertura institucional para desarrollar procesos productivos e industriales acordes con las condiciones, dimensiones y ventajas de la producción agropecuaria orgánica.

Ley o Decreto	Descripción
Decreto Ejecutivo: Reglamento a la Ley No. 8591 sobre Desarrollo, Promoción y Fomento de la Actividad Agropecuaria Orgánica 35242-MAG-H-MEIC del 2009:	El decreto establece el reglamento para la Ley No. 8591, en donde se refiere a aspectos como las instancias de coordinación y ejecución como las funciones del ARAO, también las del Departamento de Fomento a la Producción Agropecuaria Orgánica (DFPAO) encargado de elaborar el plan operativo de fomento y desarrollo de la agricultura orgánica, así como coordinar los programas educativos de producción orgánica. Se menciona los incentivos fiscales y no fiscales para la producción orgánica, promoción de las exportaciones, entre otros.
Decreto Ejecutivo: Reglamento de Agricultura Orgánica No. 29782-MAG del 2001: <i>(Y el Decreto Ejecutivo No. 42050-MAG que modifica al Decreto Ejecutivo: Reglamento de Agricultura Orgánica No. 29782-MAG del 2001)</i>	Este decreto tiene como objetivo establecer las directrices respecto a regular la producción, elaboración y comercialización de productos agropecuarios orgánicos en Costa Rica, y definir la normativa para las diferentes etapas de los procesos de producción y certificación orgánica. El Decreto No. 42050-MAG presenta una adecuación parcial al Reglamento para lograr de una manera más eficaz y eficiente el fomento de la actividad de agricultura orgánica. En donde se elimina el costo del pago de la anualidad de las personas productoras que se registran en periodo de transición y a su vez facilitar la simplificación de los trámites con el uso de la tecnología.

Ley o Decreto	Descripción

*Elaboración propia, con información de los documentos de cada ley y decreto establecidos dentro de la legislación vigente para la agricultura orgánica en Costa Rica en la página del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Las piñas orgánicas que ingresen a la UE deben cumplir las normas establecidas por Reglamento (CE) No. 834/2007, las mismas normas que están homologadas en el Reglamento de Agricultura Orgánica No. 29782-MAG de Costa Rica. Las piñas orgánicas deberán estar validadas por un certificado expedido por el ARAO. Este certificado deber ser enviado a la plataforma electrónica TRACES previo a la exportación.

2.2.3. Técnica autorizada de producción agrícola orgánica

Es importante recordar que el Reglamento de Agricultura Orgánica No. 29782 en Costa Rica es equivalente a la normativa de la UE, por lo que ambos basan su técnica de agricultura orgánica bajo principios muy similares que buscan eliminar o minimizar todas las formas de contaminación que puedan ser producidas por las prácticas agrícolas con el objetivo principal de proteger el ambiente y la salud de los consumidores, entre los más importantes podemos destacar el fomentar ciclos biológicos dentro del sistema agrario en microorganismos, flora y fauna, plantas, y animales; mantener e incrementar la fertilidad de los suelos; uso sostenible y cuidado del agua; emplear recursos renovables, materiales y sustancias reutilizables o reciclables en sistemas agrarios para la producción de la cosecha y su comercialización; mantener la diversidad genética del sistema agrícola y su entorno; entre otros.

A continuación, se detallan los puntos más importantes mínimos de control y medidas precautorias para la producción orgánica en Costa Rica:

Tabla 6. Requisitos mínimos de control y medidas precautorias para la producción orgánica en Costa Rica

Requisitos para terrenos	Deben pasar por un periodo de transición: Para que una finca pueda optar para ser considerada como orgánica deberá haber pasado un periodo de 3 años en los cuales se haya implementado las normas del Reglamento No.29782. O en caso de que el terreno se encuentre en abandono o descanso sin haberse utilizado
--------------------------	---

	insumos prohibidos en por lo menos 3 años, el periodo de transición podrá acortarse a un año, para luego optar por considerarse orgánico. El ARAO realizará un análisis de residuos del suelo para comprobarlo. Habiéndose comprobado lo anterior se realiza un registro de finca en transición ante el ARAO. Es un requisito además que exista manejo orgánico (con los registros¹⁷ necesarios) del o los cultivos conforme al Reglamento por un mínimo de un año para ser vendidos como orgánicos.
Barreras y zonas de amortiguamientos	Las fincas que vayan a ser certificadas como orgánicas deben tener límites y zonas de amortiguamiento definidas (barreras vivas, zanjas, zonas de barbecho, otros) para evitar la contaminación del cultivo orgánico. Si el productor también se dedica a agricultura convencional deberá garantizar la separación de ambas actividades, así como almacenar los insumos prohibidos y cosechas convencionales aparte de los orgánicos de manera clara para evitar riesgo de contaminación, además de realizar sus transportes correspondientes separadamente.
No uso de organismos genéticamente modificados (OGM)	No se permite el uso en nada de OGM o que sean obtenidos de ingeniería genética.
Insumos	Los ingredientes activos que se pueden utilizar como insumos se encuentra en los Anexos A, B, C y D del Reglamento No. 29782-MAG <i>(algunas de las sustancias presentan usos aprobados o restringidos*, por lo que, se debe consultar el reglamento para</i>

17 Registros: Insumos adquiridos (facturas de compra u otro documento para conocer de donde viene el insumo, cuál insumo es y la cantidad del insumo adquirida); aplicación de los insumos (cual insumo se aplica, dónde se aplica y cuándo se aplica), venta de productos (cantidad y destinatarios)

	<i>conocer cuáles sustancias presentan algún tipo de restricción, si la presentan deberán consultarse con el organismo certificador para utilizarse).</i> En los que compete agricultura orgánica para la cosecha de cultivos se encuentran los siguientes insumos (A y B):
	A- Sustancias que pueden emplearse como fertilizantes y acondicionadores de suelo son: Estiércoles de: establo, avícola, líquido u orina, establo deshidratados que no provenga de explotaciones industriales donde haya hacinamiento; guano; paja; compost de sustratos de hongos y vermicultura¹⁸, desechos domésticos orgánicos, y residuos vegetales; productos animales procedentes de mataderos e industria pesquera; subproductos de la industria alimentaria y textil, que no hayan sido tratados con aditivos sintéticos; algas marinas y sus derivados; aserrín, cortezas de árbol y desechos de madera; cenizas de madera; escoria básica; potasa mineral; sales de potasio de extracción mineral; sulfato de potasio; carbonato de calcio (debe ser de origen natural); roca de magnesio; roca calcárea de magnesio; sales de Epsom (sulfato de magnesio), yeso (sulfato de calcio); vinaza y sus extractos (excepto vinaza amónica; cloruro sódico (solo de la sal mineral); fosfato cálcico de aluminio (máximo 90 mg/kg P₂O₅); oligoelementos (boro, cobre, hierro, manganeso, molibdeno, zinc); azufre; polvo de piedra; arcilla (bentonita, perlita, caolita); organismos biológicos naturales; vermiculita; turba (excluidos los aditivos sintéticos: permitida para semilla, macetas y compostes

¹⁸ Vermicultura es una serie de operaciones relacionadas con la cría y producción de lombrices detritívoras (formadoras de humus) y el tratamiento, por medio de ellas (mediante procesos de oxidación biológica), de residuos biológicos orgánicos para su reciclaje en forma de abono denominado humus de lombriz, lombrihumus o lombricompost.

	modulares); humus de gusanos e insectos; ceolitas; carbón vegetal; cloruro de cal; subproductos de la industria azucarera, y subproductos de industrias que elaboran ingredientes procedentes de agricultura orgánica.
	B- Sustancias para el control de plagas y enfermedades de las plantas: Nota: para el control de plagas, enfermedades y malas hierbas se deben implementar primero las medidas de prevención y manejo: selección de variedades, adecuado programa de rotación, medios mecánicos de cultivo, protección de los enemigos naturales de las plagas y quema de malas hierbas. En caso de que las medidas mencionadas no funcionen se pueden recurrir a los siguientes insumos: - Vegetales y animales: Preparaciones a base de piretrinas extraídas de <i>Chrysanthemum cinerariaefolium</i>, que posiblemente contiene una sustancia sinérgica; preparaciones de rotenona obtenidas de <i>Derris elliptica</i>, <i>Lonchocarpus</i>, <i>Thephrosia</i> spp.; preparaciones de <i>Quassia amara</i>; preparaciones de <i>Ryania speciosa</i>; preparaciones a base de Neem (<i>Azadirachtin</i>) obtenidas de <i>Azadirachta indica</i>; propóleos; aceites vegetales y animales; algas marinas, sus harinas, extractos, sales marinas y agua salada (no tratadas químicamente); gelatina; lecitina; caseína; ácidos naturales (vinagre); producto de fermentación de <i>Aspergillus</i>; extracto de hongos (hongo Shiitake); extracto de <i>Chlorella</i>; preparados naturales de plantas, excluido el tabaco; compuestos inorgánicos (mezcla de burdeos, hidróxido de cobre, oxiclورو de

	cobre, caldo bordelés); sales de cobre; azufre; polvos minerales (polvo de piedra, silicatos), y tierra diatomácea. - Minerales: Silicatos, arcilla (bentonita; silicato de sodio; bicarbonato de sodio; permanganato de potasio; aceite de parafina. - Microorganismos utilizados para el control biológicos de plagas: Microorganismos (bacterias, virus, hongos), Bacillus thuringiensis, Virus granulosis, etc. - Otros: Dióxido de carbono y gas de nitrógeno; jabón de potasio; alcohol etílico; preparados homeopáticos y ayurvédicos; preparaciones de hierbas y biodinámicas; insectos macho esterilizados. - Trampas: Preparados de feromona; preparaciones basadas en metaldehídos que contengan un repelente para las especies de animales mayores, siempre y cuando se aplique en trampas.
Semillas y almácigos ¹⁹	Se debe procurar recurrir al uso de semilla o almácigo orgánico cuando haya disponible (en caso de que no haya se debe demostrar con pruebas a la agencia (organismo) certificadora para que de permiso de usar semillas no orgánicas), y preferiblemente de la zona de cultivo. Las semillas pueden ser tratadas con las

¹⁹ Es un área de terreno preparado y acondicionado especialmente para colocar las semillas con la finalidad de producir su germinación con las mejores condiciones y cuidados, al objeto de que pueda crecer sin dificultad hasta que la planta esté lista para el trasplante.

	sustancias del Anexo B. No se permiten semillas genéticamente modificadas.
Manejo de suelos	Debe implementarse un programa de manejo y conservación de suelos que incluya lo siguiente: - Siembras siguiendo curvas de nivel, con barreras y coberturas vivas, cortinas, rompevientos, sistemas de drenaje. - El cultivo de leguminosas, abonos verdes o plantas de enraizamiento profundo. - La incorporación al terreno de abonos orgánicos. - Aplicaciones de fertilizantes orgánicos y minerales a las plantas para mantener e incrementar su productividad (de acuerdo con el anexo A). - Promover el uso de prácticas culturales en el manejo de la finca.
Agua	Cuando se utilice agua para riego, se debe contar con un plan para su conservación y evaluar los riesgos de contaminación de esta. También se debe evaluar la calidad del agua (química y biológica) con el fin de prevenir el riesgo de contaminar el cultivo a través de esta.
Cosecha	Cuando se realice la cosecha del producto se debe implementar las prácticas necesarias para garantizar y no comprometer su integridad orgánica.
Manejo Post-Cosecha	Después de la cosecha para manejar el producto se permiten las siguientes prácticas: - Almacenamiento bajo atmósferas controladas (dióxido de carbono o nitrógeno). -Tratamientos con agua caliente, aire caliente, o de vapor. - Secado natural o con aire forzado.

	- Uso de ceras o recubrimientos comestibles. - Enfriamiento - Lavado en agua con cloro, de acuerdo con las concentraciones establecidas en la legislación vigente (4 ppm) - Otras prácticas que no sean contrarias a los principios del Reglamento No. 29782.
Irradiación Ionizante	Su práctica está prohibida para cualquier uso.
Instalaciones	Se deben implementar medidas de limpieza y desinfección de las instalaciones para garantizar la integridad orgánica del producto.
Empaquetado	Debe cumplir con las normativas vigentes nacionales, y en la medida de lo posible ser fabricados con materiales reciclables y biodegradables.
Etiquetado	Debe cumplir con las normativas vigentes nacionales. En las etiquetas de los productos debe incluirse el nombre y logotipo de la Agencia certificadora.
Transporte	El transporte de los productos orgánicos debe realizarse en envases o recipientes cerrados para evitar que puedan ser sustituidos fácilmente por otros productos no certificados. No es obligatorio transportar los productos certificados en envases cerrados si el transporte se realiza entre un productor certificado y un procesador u otro productor certificado.
Plan de Manejo	El productor deberá llevar una planificación anual de su sistema de producción que debe ser aprobado por la agencia certificadora. El Plan de Manejo es un documento que debe incluir: mapas de la o las fincas, descripción de las unidades (indicando zona de almacenamiento y producción, zonas de recolecciones, y si es el caso, los lugares donde se realicen funciones de transformación y

	envasado). Se indica la fecha en la que por última vez se haya aplicado a las fincas productos o sustancias no compatibles con el anexo A, B, C y D del Reglamento No. 29782-MAG. Descripción de los insumos que utilizan en las fincas. Descripción de las acciones para prevenir contaminaciones de sustancias prohibidas de las fincas vecinas. Descripción de las prácticas en cuanto a empaque, embalaje, transporte, trazabilidad y almacenaje. Muestra de la etiqueta a utilizar para solicitar revisión y aprobación por parte de la agencia para utilizar su sello y logo en la etiqueta. En general es describir, ejecutar y mantener todas las medidas que debe realizar el productor en su unidad, que logré garantizar el cumplimiento de las disposiciones del Reglamento.
--	---

*Elaboración propia con información recopilada de (Presidencia de la República y MAG, 2001), (MAG-SFE, IICA, INTA, MINAE, MS, AYA, 2019) y (Eco-Lógica, 2012).

2.3. Perfil de la empresa Agrícola La Danta

Agrícola La Danta es una empresa dedicada a la producción de piña orgánica de la variedad MD2 (Clase I), ubicados en la zona norte en Sarapiquí, en la provincia de Heredia, de Costa Rica. Se funda el 2 de mayo de 2007 por iniciativa de su socio fundador Gonzalo Suárez Esquivel y apoyado por 4 Ingenieros Agrónomos Graduados de la Universidad EARTH, quienes también son socios fundadores: Daniel Herrera Durán, Néstor Ramírez Acuña, Minor Rojas Víquez y Freddy Gamboa Quirós. Su nombre de Agrícola la Danta se debe a que en sus inicios se tenía producción de piña convencional y orgánica al mismo tiempo y la Danta o Tapir solamente comía piña orgánica.

Agrícola La Danta es una finca de 70 ha. que destina el 42 % (30 ha.) de su superficie a la producción de piña orgánica; el resto de la propiedad se encuentra en áreas de conservación de bosque. La finca cuenta con una topografía llana levemente ondulada con pendientes de aproximadamente 1%. Los barrancos profundos de 50 a 100 metros de ancho con bosque virgen y secundario que cubren por separado las distintas secciones agrícolas, proporcionan el drenaje natural del área de cultivo, aumentan la biodiversidad circundante, favorecen los servicios ecosistémicos y forman un corredor biológico que conecta con el Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Maquenque. En esta finca el cultivo de piña orgánica se ha realizado en suelos con baja fertilidad natural, que precisa de un manejo integrado de la nutrición de la planta, con el fin de cumplir con los estrictos estándares del mercado de exportación. Los suelos en la finca de origen volcánico arcillosos tienen algunas secciones arcillosas y capas superficiales arables, que son suelos friables de textura media muy apropiados para el cultivo de piña. Sin embargo, posee altos contenidos de hierro y aluminio, lo cual -en altos niveles- puede ser tóxico para las plantas, por lo que, se utiliza compost tecnificado con abonos verdes y orgánicos para mantener el suelo con vida. El suelo también posee una adecuada infraestructura de drenaje, la cual es necesaria dada las elevadas precipitaciones de la zona

que se dan durante el año. Agrícola La Danta lleva desde el 2009 aplicando un manejo diferenciado del suelo, su finca es tratada como un agro ecosistema complejo donde el suelo es como un organismo vivo. El paisaje de la finca es diversificado con presencia de árboles dentro del cultivo, parcelas rodeadas de bosque y otros cultivos. Su densidad es entre 50-60,000 plantas/ha (Moreira & Castro, 2016).

La empresa no cuenta con ayuda externa de alguna ONG o Gubernamental. No están asociados a ninguna cooperativa o asociación. No asisten a Ferias internacionales y no están exportando actualmente. Su última exportación grande fue en el 2014 hacia los Países Bajos, pero no de manera directa. Y tuvieron otras ventas pequeñas también indirectas con intermediarios locales.

Agrícola la Danta anteriormente fue certificada orgánica por medio de la agencia certificadora Eco-lógica, productor de piña orgánica MD2 bajo las normativas: Reglamento No. 29782-MAG, Reglamento (CE) No 834-2007 y 889-2008, NOP-USDA, Sección 7 del CFR parte 205 (Certificado en cumplimiento con los términos del Acuerdo de Equivalencia de Estados Unidos y Canadá Orgánica). Los costos asociados a esta certificación fueron aproximadamente USD1700 por año.

Tabla 7. Ficha Técnica Agrícola la Danta.

Dato	Descripción
Nombre	Agrícola La Danta
Descripción	Empresa dedicada a la producción de piña orgánica de la variedad MD2, ubicados en la zona norte de Costa Rica.

Dato	Descripción
Localización	Sarapiquí, en la provincia de Heredia
Fecha de Fundación	2 de mayo del 2007
Fundadores * Ingenieros Agrónomos graduados de la Universidad EARTH	- Freddy Gamboa Quirós (Gerente del proyecto) - Gonzalo Suárez Esquivel - Daniel Herrera Durán - Néstor Ramírez - Acuña - Minor Rojas Víquez
Cooperativas	No están asociados a ninguna cooperativa o asociación.
Exportaciones	Su última exportación fue en el 2014 hacia Holanda, pero no de manera directa. Y tuvieron otras ventas pequeñas también indirectas con intermediarios locales.
Precio por kg de última exportación	0.6 USD por kg
Certificaciones	Ha estado certificada orgánica por medio de la agencia certificadora Eco- lógica, como productor de piña orgánica MD2 (Clase I) bajo las normativas: Reglamento Oficial Costarricense No. 29782-MAG, Reglamento (CE) No 834-2007 y 889-2008, NOP-USDA, Sección 7 del CFR parte 205 (Certificado en cumplimiento con los términos del Acuerdo

Dato	Descripción
	de Equivalencia de Estados Unidos y Canadá Orgánica). Costo aproximado de certificación por año: 1700 USD.
Tamaño de finca	70 hectáreas (42 % (30 ha.) para producción de piña orgánica; el resto de la propiedad se encuentra en áreas de conservación de bosque)
Densidad aproximada por hectárea	Frutos: 55,555 plantas/ha. Peso aproximado por fruto: 1.8 kg Peso aproximado total de frutos por hectárea: 99.99 TM Cantidad de Contenedores RF de 40 pies por hectárea: 6 (peso bruto por contenedor 16.66 TM aproximadamente)

*Elaboración propia. Fuente: Entrevista a Ingeniero Agrónomo Freddy Gamboa, Empresa Agrícola La Danta. Y (Moreira & Castro, 2016).



Ilustración 1. Agrícola La Danta: Producción de Piña Orgánica en Costa Rica.

Fuente: Perfil de Facebook, Foto solamente utilizada con fines académicos.

Entre sus técnicas de agricultura orgánica destacan:

Tabla 8. Técnica de agricultura orgánica destacada en los cultivos de la empresa Agrícola la Danta.

Técnica	Descripción
Rotación de cultivos (después de dos ciclos de cultivo)	Con abonos verdes (orgánicos)”: Se incorpora materia orgánica fresca (abonos

Técnica	Descripción
	verdes ²⁰ , materia orgánica procesada tipo “bocashi” ²¹) que hacen en la finca con residuos y otros elementos; esto ayuda a mejorar la parte biológica, estructural y química del suelo, además de mejorar el desarrollo de las plantas al tener un suelo vivo, sano, que permite mantener la humedad en épocas de mayor sequía, y un suelo que también permite una mejor infiltración en momentos de lluvia, porque es un suelo vivo que se adapta al cambio climático.
Microorganismos del suelo para ser aplicados en los abonos y biofermentos	Reproducción de microorganismo de la montaña: La finca cuenta unas 30 hectáreas de bosque prácticamente primario pues se ha intervenido poco. En la montaña buscan el sustrato en el suelo. Se consigue “hojarasca ²² ” que se le agrega materia prima para reproducir los microorganismos. De aproximadamente 80 kilos de microorganismos que reproducen obtienen

20 Abonos verdes: Se hacen mediante siembras de plantas, generalmente leguminosas, solas o en asocio con cereales.

21 Bocashi: significa abono fermentado; y se fundamenta en la participación activa de los microorganismos causantes de la transformación de la materia orgánica. Esta técnica fue introducida a Costa Rica por el ingeniero japonés Shogo Sazaki.

22 Hojarasca: Este término hace referencia a las hojas que han caído de los árboles y cubren el suelo. Las hojas caídas alimentan el suelo del bosque, ya que generan humus y nutrientes que son recuperados por ellos mismos.

Técnica	Descripción
	9600 litros de producto. Estos microorganismos los utilizan en diferentes cantidades en todas las etapas del cultivo, son base para producir abono orgánico, y esto ayuda a mejorar la parte biológica del suelo.
Fertilización	Compost y elaboración de biofermentos (fertilizantes foliares): el estiércol (boñiga de vaca), suero de leche, microorganismos de montaña, agua no clorada, melaza, frutas maduras, minerales, fitohormonas, controladores de plaga, etc. Después de 30 días de fermentación anaeróbica se aplica el líquido vía foliar. Los cuales ayudan para los efectos del cambio climático (sequía o lluvia).
Control de malezas	Incorporación de ovejas, coberturas y deshierbe manual para el control de maleza.
Impacto en acuíferos	Nulo o imperceptible, por el uso de productos orgánicos y biológicos inofensivos para los sistemas ecológicos (sistema cerrado, que aprovecha los recursos que existen en él para la nutrición y el control de patógenos e insectos)

*Elaboración propia. Fuente: Entrevista a Ingeniero Agrónomo Freddy Gamboa, Empresa Agrícola La Danta y (Moreira & Castro, 2016) Video.

Entre los factores de éxito que señala Agrícola La Danta están el contar con parámetros productivos y de control de calidad muy bien definidos, donde se evalúa y mide la calidad y cantidad de los insumos empleados, según los rendimientos esperados y considerando el desarrollo del cultivo; esto les permite ajustar las técnicas y los procedimientos según los objetivos propuestos. El manejo del suelo, plagas, y enfermedades contribuye a una producción exitosa de productos sanos, de alta calidad y de buen sabor. La verificación cuantitativa del compost y de los biofermentos que se elaboran en la finca -para lo cual realizan análisis químicos y biológicos- les garantiza que los abonos estén libres de patógenos y al conocer la cantidad de nutrientes disponibles en los abonos les permite diseñar el programa de nutrición basado en los requerimientos del cultivo. La aplicación de abonos orgánicos optimiza el uso de recursos de mano de obra y materiales, ya que se aplican las cantidades justas en el momento necesario y anticipando los resultados.

Agrícola La Danta está pasando por un proceso de reestructuración interna, que la obliga a suspender la producción de momento, sin embargo, se está evaluando además diversificar la producción para cultivos de otras frutas tropicales, raíces y tubérculos, y también expandir el proyecto a una finca en Pital de San Carlos.

2.4. Logística de un estudio de mercado

2.4.1. Información del mercado

Un mercado según Kotler y Armstrong, es un conjunto de compradores reales u potenciales de un producto o servicio, compartiendo una necesidad o deseo particular que puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio. Las empresas deben comprender las necesidades y deseos de sus clientes, y el mercado donde operan, por medio de un análisis de mercado, con el fin comprender si es posible generar relaciones rentables. Para lo anterior se requiere identificar las necesidades, buscar compradores, promover nuestra oferta, fijar precios y conocer la logística de distribución para que llegue al consumidor (Kotler & Armstrong, Principles of Marketing, 2018, pág. 33).

Para llevar a cabo un análisis de mercado para la exportación de un producto a un nuevo destino se debe realizar un análisis de la demanda del mercado: conocer el comportamiento de los consumidores; evaluar sus factores culturales, demográficos y económicos; identificar los competidores; conocer su cadena de distribución para cerciorarse que existen canales aptos para que el producto llegue al consumidor, y medir otras fuerzas que interactúan en el mercado. Un análisis de esta naturaleza ofrece una ventaja competitiva para llevar a cabo la estrategia de exportación de forma exitosa. Lo que se busca es recolectar datos que creen información que pueda ser analizada para así tomar medidas.

Es muy importante seleccionar un mercado adecuado, donde el ingreso sea posible para la empresa y se encuentren ventajas competitivas que faciliten su acceso, entre estas podemos mencionar: países cercanos que puedan compartir historia o un perfil económico similar; similitudes lingüísticas, culturales o de consumo; consumo existente del mismo tipo de

producto o similar; mercados con alto poder adquisitivo dispuestos a pagar más por productos diferenciados que presenten un valor agregado, o simplemente pagar un precio más alto por un mismo producto convencional; facilidad en la distribución con variedad de canales comerciales disponibles; la existencia de una competencia “débil” que presente poca amenaza para lograr establecerse exitosamente en ese mercado internacional; entre otros.

2.4.2. Búsqueda de compradores

Para realizar una exportación se debe buscar los compradores que mejor se adapten a la empresa y el producto que desea vender. La selección va a depender de lo que puedan ofrecer en el momento de la compra.

La interacción entre el comprador y el vendedor comienza cuando ambos buscan al otro. El comprador buscará por diferentes canales, incluidas las redes comerciales, ferias, internet, etc., con el fin encontrar un vendedor para su producto o servicio, mientras que el vendedor debe asegurarse que los compradores potenciales puedan encontrarlo. Esta son las formas más habituales para la búsqueda de compradores en el extranjero:

- FERIAS INTERNACIONALES:

Una buena forma de gestionar relaciones y mostrar presencia en el mercado con el fin de encontrar compradores es visitando ferias comerciales internacionales. Sin embargo, implican una inversión importante por parte de la empresa, por lo que hay que buscar ferias que puedan potenciar el retorno de inversión.

- PLATAFORMAS VIRTUALES:

Existen plataformas electrónicas que ofrecen bases de datos de compradores del mercado seleccionado. Generalmente tienen un costo, pero se puede acceder a gran cantidad de información. Existen también otras plataformas electrónicas, pero de noticias relevantes del mercado, donde se puede pautar en las mismas con anuncios, o inclusive ofrecen la opción de hacer publirreportajes para promover la empresa.

- ORGANIZACIONES LOCALES DE APOYO EMPRESARIAL Y DE EXPORTACIÓN:

El comunicarse con cámaras de comercio o asociaciones o entidades públicas o privadas propias del país de origen, del sector u orientadas en promover las exportaciones, es una forma de buscar información, guía y apoyo para encontrar compradores potenciales. Ser parte de una organización puede dar aún más credibilidad a los compradores, además de que, al estar registrados pueden también encontrarlo más fácilmente. Además, se puede ahorrar costos en ferias o misiones comerciales, participando conjuntamente en ellas.

- PROGRAMAS DE APOYO GUBERNAMENTAL:

Es recomendable especialmente para pequeñas empresas, aplicar para participar en programas de apoyo gubernamentales. Existen organizaciones públicas que apoyan a exportadores extranjeros con capacitaciones, financiamientos y acceso a información de compradores con el fin de promover las importaciones de países en desarrollo.

- PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES:

Las búsquedas en la web son muy populares entre los compradores. La página web dan más credibilidad a la empresa y aunque el sitio sea sencillo debe verse profesional y con información útil para el comprador. En caso de optar por redes sociales, es una herramienta muy útil para posicionar a la empresa, sin embargo, éstas deben ser actualizadas constantemente con información relevante para la empresa y los compradores, además es

importante seguir a otras páginas de potenciales compradores para estudiarlos y también seguir otras páginas de interés para estar al día con lo más importante en el mercado.

2.4.3. Canales de comercialización

Los canales de comercialización son el conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo (Stern & et.al., pág. 4). Son intermediarios que buscan llegar más fácilmente al consumidor final, brindándoles ahorro de tiempo para evitar tener que desplazarse largas distancias para obtener un producto, y brinda a los productores la posibilidad de que sus productos o servicios estén accesibles a esos consumidores.

Los principales dos canales de distribución para comercializar en el extranjero son: “canales indirectos” y “canales directos” donde los primeros se dan cuando la empresa exporta a través de un intermediario local independiente, que asume la responsabilidad de mover el producto en el extranjero, que por un lado beneficia a empresas con poca experiencia para instalar su producto de manera más simple y menos costosa, pero al mismo tiempo la empresa pierde cierto control sobre la comercialización de su producto en el extranjero y la opción de obtener un mejor precio por su producto, mientras que los “canales directos” se dan cuando la empresa utiliza para su venta directa a distribuidores, minoristas, empresas comerciales o agentes ubicados en el extranjero, por un lado, la exportación directa puede resultar más costosa y llevar más tiempo, pero ofrece a la empresa oportunidades para conocer su mercado y clientes, forjando así mejores relaciones con sus socios comerciales, y obteniendo mayores ganancias por sus productos (Seyoum, 2009, págs. 96-99).

2.4.4. Evaluación de la competencia

Según Kotler y Armstrong, para tener éxito, una empresa debe proporcionar mayor valor y satisfacción al cliente que el que le ofrece sus competidores (Kotler & Armstrong, *Principles of Marketing*, 2018, pág. 95). En cuanto al análisis de la competencia se debe intentar identificar la estrategia de exportación que utilizan los competidores en términos de canales de ventas, modelo de negocios y estructura de precios; estudiar su presencia en el mercado, desarrollo de marca, e identificar sus ventajas competitivas (Sutton, 2015, págs. 17-21).

2.5. Logística del proceso de exportación

2.5.1. Medios de agrupación para la producción y exportación

Es importante valorar las oportunidades de asociarse a otras empresas u organizaciones del mismo sector con el objetivo de aprovechar ventajas como en la experiencia, el volumen de la oferta y compartir costos del proceso de producción y exportación, con el fin de optimizar los rendimientos de una venta internacional. Sin embargo, la decisión de agruparse va a depender de la situación propia de cada empresa y las oportunidades comerciales que tengan en su momento.

2.5.2. Aranceles

Los aranceles son tarifas, generalmente del tipo ad-valorem que conforman la alícuota de los impuestos que se aplican a los bienes importados (o exportados) con el objetivo de incrementar el precio de venta en el país importador a modo de proteger a los competidores domésticos y también para generar ingresos a los países que deciden gravar las importaciones o exportaciones. Los aranceles pueden ser Ad Valorem (porcentaje sobre el valor de la factura), Específico (monto fijo por cada unidad física del producto) y Compuestos (una combinación de los dos sistemas anteriores).

Es necesario conocer si existen aranceles del producto a exportar en el país de destino, ya que influirá en la posición competitiva del producto. Se debe confirmar si existen acuerdos comerciales entre los países los cuales ofrezcan beneficios arancelarios.

2.5.3. Acuerdos comerciales internacionales

Los acuerdos comerciales internacionales son acuerdos legales entre países o regiones que buscan la apertura de nuevos mercados para sus bienes y servicios, brindar mayores oportunidades de inversión y de protección de las inversiones y abaratar y facilitar el comercio mediante la supresión de aranceles barreras arancelarias, normas técnicas, reducción de trámites burocráticos y establecimiento de reglas comunes.

Costa Rica según los datos de PROCOMER ha construido una plataforma sólida de acuerdos comerciales como herramienta para la competitividad del país. Incluye acuerdos con la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Integración Centroamericana, dieciséis Tratados de Libre Comercio (TLC), cubriendo el 80% del comercio internacional del país (PROCOMER, s.f.).

La Unión Europea administra sus relaciones comerciales con terceros países mediante acuerdos comerciales, los cuales buscan mejorar las oportunidades comerciales entre sus partes (Consejo de la UE, s.f.). Los acuerdos comerciales de la UE se rigen por los principios de la Organización Mundial del Comercio (OMC). La UE dispone en su legislación de los siguientes tipos de acuerdos comerciales:

- Acuerdo de Asociación Económica (AAE): apoyan el desarrollo de socios comerciales de África, Caribe y el Pacífico.
- Acuerdo de Libre Comercio (ALC): apertura comercial recíproca de los mercados con países desarrollados y economías emergentes mediante la concesión de un acceso preferente a los mercados.
- Acuerdos de Asociación (AA): refuerzan acuerdos políticos más amplios.

(Consejo de la UE, s.f.).

El diccionario jurídico de la Real Academia Española (RAE), describe a los Acuerdos de Asociación como un tipo de tratado internacional, normalmente celebrado bajo la forma de acuerdo mixto y utilizado desde sus orígenes por las Comunidades Europeas, ahora por la UE, para definir un modelo privilegiado y global de relación, revestida siempre de un notable grado de institucionalización, con terceros países u organizaciones internacionales (Real Academia Española, 2021).

2.5.4. Inscripción como exportador ante las entidades gubernamentales

Previo a realizar una exportación las personas físicas o jurídicas deben registrarse ante las entidades gubernamentales correspondientes, entre ellas PROCOMER. También para exportar productos agrícolas orgánicos la empresa debe registrarse ante el MAG.

2.5.5. Medio de transporte internacional

El transporte de carga es el traslado físico eficiente y eficaz de las mercancías de exportación. Los medios de transporte internacional pueden ser por *carretera, tren, marítimo, aéreo y multimodal*²³. Las más utilizadas en el comercio internacional en Costa Rica son el marítimo

²³ Combinación de dos o mas medios de transporte

y aéreo. El marítimo es el más común porque dado a su alta capacidad de volumen, la hace la opción más barata, sin embargo, es más lenta en comparación al transporte aéreo. El transporte aéreo ofrece un nivel de rapidez mucho mayor, pero cuenta con limitada capacidad de espacio, y esto hace que su costo sea más elevado.

Un porcentaje importante de las mercancías se mueven contenerizadas por vías marítima, terrestre y aérea. El uso de contenedores protege las mercancías durante su transporte para minimizar el riesgo de pérdida, daño o hurto. En el caso de vía aérea los contenedores más usuales son los Unit Load Devices (ULD) que son contenedores o paletas de metal que permite agrupar las mercancías en una sola carga, y sus tipos son: estándar, de seguridad, isotérmicos y para animales vivos. Los contenedores más utilizados en vía marítima son de 20 y 40 pies (cargan aproximadamente 20-30 TM de mercancía) que pueden ser: High Cube (carga seca), Open Top (abierto arriba), de plataforma (para mercancías sobredimensionadas), refrigerado (RF) o de atmósfera controlada, cisterna, entre otros (PROCOMER, 2017, pág. 15). Las frutas frescas se deben transportar en contenedores refrigerados o de atmósfera controlada.

En la vía marítima y terrestre, existen varios tipos de camiones y furgones usados para movilizar la carga, los más usados son: camiones de uno o dos ejes para cargas con tonelajes menores, furgones de 48 y 53 pies para carga seca, furgones de 40 pies refrigerados, camiones graneleros, entre otros.

En ocasiones los exportadores no pueden llenar un contenedor completo con sus mercancías por lo que existe para esto el término de “consolidación de mercancías” que permite agrupar diferentes cargas de uno o varios consignatarios que tengan un destino común o siguen la misma ruta, para ser transportados bajo un solo documento de transporte; esto además abarata los costos, ya que es compartido entre varios exportadores.

2.5.6. Operadores logísticos para las gestiones de transporte internacional

Las gestiones de exportación lo pueden realizar la empresa misma o bien contratar a un operador logístico de exportación para realizarlo conjuntamente. Los trámites más importantes para realizar:

- Contrato internacional de transporte marítimo o aéreo o terrestre (carga seca o refrigerada)
- Trámites aduanales
- Almacenamiento (*si aplica*)
- Consolidación de Carga (*si aplica*)
- Estiba de Carga (*distribución y colocación de carga en una embarcación*)
- Cadena de frío (para carga refrigerada)
- Contrato de servicio de transporte terrestre local

2.5.7. Costos y fijación del precio

Según Spulber el comercio internacional conlleva cuatro tipos de costos adicionales que deben considerarse al momento de decidir exportar: el primero el “costo de la transacción”, que puede incluir la investigación, negociación, cumplimiento de contratos, financiamiento, diferenciales cambiarios, costos de inventario y operativos, comisiones de pagos, comunicación (por ejemplo, las traducciones), diferencias en las prácticas comerciales, así como el clima político, social y legal; entre otros. El segundo es el “costo de tarifas

arancelarias y no arancelarias” entre las no arancelarias se cuotas de importación, licencias estatales, requisitos domésticos, normas técnicas (como de etiquetado y empaque), los requisitos fitosanitarios son muy relevantes en este tipo de barreras, entre otros; es importante evaluar los acuerdos comerciales existentes que puedan ayudar simplificar estas variables. El tercero es el “costo de transporte” de obtener bienes y servicios al mercado. Y en cuarto lugar es el “costo de tiempo” que se necesita para llevar un producto al mercado, como lo puede ser el retraso en la comunicación entre agentes en la cadena de valor, atrasos en transporte, retrasos causados por el gobierno del país, entre otros (Spulber, 2007, pág. 16).

El precio de venta debe estar establecidos por todos los gastos fijos y variables que conlleva la producción del producto y el proceso de exportación hacia el mercado de destino, considerando siempre un margen de ganancia aceptable para el esfuerzo que conlleva completar el negocio. Se debe también tomar en cuenta los precios de mercado actuales, para mantenerse la competitividad y llegar a un punto de equilibrio óptimo.

2.5.8. Clasificación arancelaria

En el comercio internacional cada mercancía cuenta con una clasificación arancelaria, que es un código numérico estándar a nivel internacional asignado a cada mercancía, la clasificación de éstas se hace conforme al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, denominado Sistema Armonizado. El Sistema Armonizado es una nomenclatura internacional económica y estadística, elaborada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) para identificar todas aquellas mercancías objeto de comercio (Ministerio de Hacienda de Costa Rica, Aduana Fácil, 2021).

La importancia de este código radica en que permite homologar el lenguaje internacional en cuanto a conocimiento de los productos, y con ello su medición en materia de requisitos y procedimientos que los regulan para su exportación e importación, aranceles, beneficios por los acuerdos comerciales e información estadística (PROCOMER, 2020, pág. 1).

2.5.9. Establecer un acuerdo de compraventa internacional

Según Elliot, una vez que se determinen los posibles compradores y se establezca contacto con uno de ellos, el proceso de negociación para un intercambio comercial internacional implica generalmente tres pasos: (1) el comprador y vendedor interactúan antes de contrato; (2) el comprador y vendedor negocian y firman el contrato, y (3) el contrato se completa haciéndose cumplir. Al iniciar ese contacto y establecer serio interés tanto del comprador como del vendedor de completar un acuerdo, puede haber solicitud de muestras del producto, así como referencias de ambas partes. Las negociaciones contractuales implican proporcionar detalles sobre las especificaciones, el precio y la calidad del producto o servicio. Además, la forma, hora y lugar de entrega; se acuerda el momento que debe realizarse el pago, así como su método (ej.: una cuenta con depósito de garantía, una carta de crédito, un medio electrónico de pago como PayPal, etc.). También de ser posible se debe considerar un seguro contra incumplimiento de pago o incumplimiento de entrega. (Elliot, 2010, págs. 10-12).

Los acuerdos bien definidos en los contratos escritos protegen los negocios tanto del vendedor (exportador) como comprador (importador). Se debe definir en ellos específicamente lo que se debe hacer y las condiciones de compra y venta por parte de los

suscritos. También forman la base de los procedimientos legales, en caso de que se incumpla por alguna de las partes. Normalmente los contratos deben incluir:

- Especificaciones del producto y sus certificaciones
- Cantidad (número de cajas, tamaños, etc.)
- Fecha o período de entregas
- Condiciones de entrega con respecto a los INCOTERMS
- Término de pago
- Medio de pago
- Tarifas o cargos aplicables
- Seguro
- Medio de transporte internacional
- Instrucciones de etiquetado
- Instrucciones de embalaje
- Acuerdos de precios (es importante calcular el precio tomando en cuenta los costos de manejo y envío, seguros, y otros)
- Procedimiento en caso de defectos
- Procedimiento de resolución de disputas (ley aplicable, lugar de jurisdicción, arbitraje).
- Entre otros.

2.5.10. INCOTERMS

La Cámara Internacional de Comercio (ICC) ²⁴ desarrolló un conjunto de términos comerciales o de ventas internacionales (INCOTERMS), los contratos de compraventa internacional deben establecer el término INCOTERM de venta internacional (Elliot, 2010, págs. 10-12). Los INCOTERMS son reconocidos internacionalmente entre el exportador e importador. Determinan el alcance de responsabilidad de cada parte para así establecer el precio en el contrato. Actualmente existen 11 INCOTERMS que pertenecen a la edición del año 2010, pero que continúan vigentes (a pesar de que ya existe la edición 2020) (ICC, 2020):

Términos usados para cualquier modo o modos de transporte:

EXW- Ex Works: significa que la responsabilidad del exportador llega hasta que se pone a disposición del importador la mercancía en sus instalaciones en el país exportador. En ese momento todos los gastos que se incurran correrán por parte del importador. El exportador queda en ese momento libre de cualquier responsabilidad de la carga de la mercancía, así como los trámites aduanales. La desventaja de este término es que el exportador puede perder control de los documentos aduaneros para justificar la exportación en caso de que los ocupe en su país para justificar gastos.

²⁴ La Cámara de Comercio Internacional o ICC (por su sigla en inglés), creada en 1919, es una organización mundial empresarial única, que agrupa a más de 140 mil miembros, compañías y asociaciones con presencia en más de 130 países, cuya misión central es promover la libre empresa y las inversiones como las formas más efectivas para crear riqueza y mejorar los niveles de vida. La ICC es líder mundial en el diseño de lineamientos, reglas voluntarias, estándares y códigos de conducta para el comercio internacional.

FCA- Free Carrier: significa que la responsabilidad del exportador llega hasta que la mercancía se pone a disposición de un transportista internacional u otra persona designada por el importador en las instalaciones o cargar la mercancía en un nuevo transporte que él determine. En el momento de la descarga de la mercancía y manipulación posterior corre por cuenta del importador. Se recomienda este término cuando el importador consigue mejores precios de flete, o el exportador no tiene tanto conocimiento en comercio internacional.

CPT – Carriage Paid to: significa que el exportador es responsable de la mercancía hasta que esta sea entregada al transportista internacional o la persona designada por el mismo exportador en el lugar acordado por las partes. El exportador debe contratar y pagar todos los costos de transporte necesarios para hacer llegar la mercancía al destino convenido. Sin embargo, el riesgo de la mercancía en este trayecto es del importador.

CIP-Carriage and Insurance Paid to: Es lo mismo que el CPT, sin embargo, el exportador también contrata una cobertura de seguro (mínimo) contra el riesgo del importador de la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, en el cual debe poner como beneficiario al importador.

DAT- Delivered at Terminal (En los INCOTERMS 2020 se determina con un nuevo nombre de DPU-Delivered at Place Unload): significa que la responsabilidad del exportador llega hasta que la mercancía se pone a disposición del importador en una terminal designada en el puerto o lugar de destino; o también puede dar en un lugar diferente acordado y lo descargue. El exportador asume todos los riesgos relacionados con el transporte a la terminal o lugar convenido y la descarga de la mercancía, posterior a esto, el importador los asumirá.

DAP- Delivered at Place: Es lo mismo que el DAT (DPU), sin embargo, exportador no es responsable de descargar la mercancía; el importador es responsable a partir de la descarga.

DDP-Delivered Duty Paid: significa que el exportador es responsable de la mercancía hasta que esta sea entregada al importador en el lugar acordado por las partes, ya habiendo cubierto todos los aranceles o cualquier impuesto en las aduanas de los puertos de exportación e importación y realizar todos los procedimientos que esto conlleva. Se recomienda para enviar mercancías de poco valor y que sean urgentes.

Términos usados para el transporte marítimo y vías marítimas interiores

FAS-Free Alongside Ship: significa que el exportador es responsable de la mercancía hasta que esta sea entregada al importador cuando se colocan junto al buque (ej.: un muelle) designado por el importador en el puerto de envío convenido en el país de origen de la mercancía, y haya realizado los trámites de exportación correspondiente (no incluye cargar la mercancía al buque). El importador es responsable de la mercancía a partir de ese momento.

FOB-Free on board: significa que el exportador es responsable de la mercancía hasta que esta sea entregada al importador cuando sea cargada dentro al buque designado por el importador en el puerto de envío convenido en el país de origen de la mercancía y haya realizado los trámites de exportación correspondientes. El importador es responsable y corre por todos los costos de la mercancía a partir de que haya sido declarada a bordo del buque (lo que implica que el transportista tiene la custodia y control de los bienes).

CFR-Cost and Freight: Es lo mismo que FOB, pero con la diferencia importante de que el exportador debe contratar y pagar los costos y flete internacional necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino. El importador sigue siendo responsable por la mercancía.

CIF- Cost, Insurance and Freight: Es lo mismo que el CFR, pero con la diferencia de que además de que el exportador pague por los costos y flete internacional, debe asumir el costo de un seguro de cobertura mínima de la mercancía durante su transporte, en la que debe poner como beneficiario al importador. El comprador sigue siendo responsable por la mercancía.

2.5.11. Términos de pago

Los plazos en pago varían según la relación exportador-importador y los productos involucrados. Los términos más comunes utilizados en la UE son (CBI, 2020):

- *Avances de pretemporada:* generalmente solo para proveedores de confianza
- *Pre-envío:* pago de un porcentaje del precio total
- *Crédito documentario:* dinero contra entrega de documentos, que actualmente ya no es una práctica tan común en el comercio de frutas y verduras frescas en la UE (comprador prefiere verificar físicamente el producto antes de pagar). En caso de solicitarlo así se debe considerar los costos y proceso.
- *Después de la llegada:* una vez que recopilen pruebas de la calidad del producto.
- *Después de revender el producto:* se debe solicitar la cuenta de ventas cuando se venda por comisión. El precio final se calcula en función de la cuenta de ventas que incluye el precio de venta y los costos de comercialización, comisiones e impuestos.

- *Cuenta abierta:* solo para compradores de confianza. El pago se realiza días después de recibida la mercancía. Es atractivo para compradores, pero genera un mayor riesgo para el vendedor. Sin embargo, ahorra en gastos administrativos para ambas partes.

2.5.12. Medios de pago

Se debe recurrir a instrumentos de pago internacional acordados entre ambas partes. En Costa Rica los bancos ofrecen múltiples instrumentos bancarios para realizar el intercambio de bienes y servicios a nivel internacional. Las partes deben escoger un medio de pago que les genere confianza de acuerdo con su experiencia. Los principales medios de pago son:

Transferencia bancaria: consiste en el traspaso de dinero de la cuenta del importador a la cuenta del exportador. El comprador debe dar una orden escrita al banco del emisor, y se cruza una orden por medio de un sistema electrónico o por correo entre bancos.

Cheque: Es una orden de pago a una persona o empresa en concreto. La orden solo será cumplida por el banco si los fondos están disponibles en la cuenta cuando se presente el cheque.

Giros al exterior: son cheques que emite un banco para ser utilizados como medio de pago internacional (como cheques de gerencia), a diferencia de los cheques normales, estos cuentan con la seguridad de que la cuenta tenga los fondos suficientes.

Crédito documentario (carta de crédito): es emitido por un banco, que actúa por solicitud y de conformidad con las instrucciones de su cliente, en el que se compromete a pagar a un tercero, siempre y cuando se cumpla con todos los términos y condiciones del contrato. Los importadores son las que deben solicitarla.

Cobranza: instrumento de pago internacional, en este caso el exportador es el que toma la iniciativa para que se concrete el pago. Donde por cuenta y riesgo propio envía documentos comerciales (como documentos que acreditan la propiedad y transmisión de la mercancía) que permiten al exportador gestionar el cobro vía una entidad bancaria. El exportador remite los documentos a su banco con instrucciones de presentárselos al banco del importador, este banco no entregará los documentos hasta que no sea hayan cumplido las instrucciones del exportador.

Tarjeta de crédito o plataformas como PayPal: las empresas pueden aceptar estos pagos solicitando la opción a sus bancos, o suscribiéndose a estas plataformas electrónicas de medios de pago.

2.5.13. Seguros de exportación y otros

Como medida para controlar el riesgo dada nuestra incapacidad para controlar adecuadamente las fuerzas de la naturaleza o prevenir fallas humanas que afectan la seguridad del movimiento de mercancías Seyoum afirma que las empresas de exportación e importación dependen en gran medida de la disponibilidad de seguros para cobertura contra riesgo de transporte de mercancías. El seguro permite reducir la carga financiera de las

pérdidas derivadas del transporte de mercancías de larga distancia (Seyoum, 2009, págs. 135-136).

La póliza marítima es el tipo de seguro más importante en el campo del comercio internacional marítimo, cubre la responsabilidad de la empresa de transporte marítimo, protege el envío de los productos durante todo el viaje hasta que llegue al comprador. Dependiendo del acuerdo (INCOTERMS) este seguro puede ser adquirido por el exportador o importador.

Hay otros seguros de exportación que protege contra el impago o incumplimiento de un importador. Ayuda a reducir riesgos económicos en el comercio internacional. El seguro debe ir acorde al riesgo comercial específicos de cada exportación. Es recomendable utilizarlo cuando los términos de pago pueden ser riesgosos para el exportador. Las tarifas de seguro dependen del volumen de negocio anual, historial de reclamaciones y el perfil del riesgo del comprador (CBI, 2020).

2.5.14. Embalaje

Los rigores del transporte de mercancías de distancias largas requieren la protección de la mercancía por posible rotura, humedad o hurto; con el fin de preservar la integridad de la calidad y cantidad del producto a su llegada al destino final. Los consumidores de muchos países a menudo prefieren envases reciclables o biodegradables debido a preocupaciones ambientales. La mercancía debe embalsarse en recipientes resistentes debidamente sellados y lleno con el peso distribuido de forma uniforme. Las mercancías de ser posible deben

embalarse en paletas para manipularse con mayor facilidad, y los envases deben estar hechos de material resistente a la humedad. Un embalaje insuficiente no solo provoca retrasos en la entrega de las mercancías, sino que también dará derecho al cliente de rechazar la mercancía o reclamar daños y perjuicios. El embalaje de los productos también debe cumplir con las legislaciones del país de destino (Seyoum, 2009, págs. 129-130).

Existen tres tipos de empaques que ayudan a preservar la integridad de los productos, y son (PROCOMER, 2017, págs. 8-10):

Empaque primario: Es utilizado para contener, proteger, manipular y presentar el producto terminado. Contiene el producto en presentación individual para la venta a su consumidor final. La presentación individual puede venir en forma de bolsas plásticas, botellas, enlatados, frascos, etc. Este tipo de empaque no es utilizado generalmente para frutas y verduras frescas.

Empaque secundario o colectivo: Contiene el empaque primario o el producto sin empacar, permitiendo agrupar las unidades en un solo espacio por medio de un complemento externo que brinde protección y presentación para venta; donde las unidades del producto puedan distribuirse y almacenarse con mayor facilidad. Generalmente se utilizan cajas de cartón, guacales (jaulas), canastas, bandejas y cajas de otros materiales.

Empaque terciario o embalaje: El embalaje agrupa empaques primarios u secundarios protegiendo al producto de manera que no sufra daños (contaminación, las fugas y la deshidratación) durante su almacenamiento, transporte o distribución, con el fin de que llegue en las mejores condiciones a su destino final. El embalaje debe estar diseñado según sea el producto y su forma de distribución. Entre los embalajes más utilizados se encuentran tolvas, guacales alambrados y clavados, tarimas (pallets), canastas y contenedores.

Existen tres tipos de rotulación en el embalaje:

- “Sobre la expedición de la carga”: se refiere a datos de entrega de la mercancía como dirección, datos del consignatario, número de cajas, etc.); la información debe colocarse dentro y fuera de la caja.
- “Información”: relacionada con el producto en específico, como detalles de tipo, temperatura, pesos (bruto (incluyendo embalaje y rotulación), neto (solo producto) y volumétrico (incluyendo embalaje y rotulación, es el espacio que ocupa la mercancía dentro de una unidad de transporte)), dimensiones de la caja, país de origen, puerto de entrada, datos del exportador, entre otros.
- “Manipulación”: que es gráfica, se rige según la Norma ISO 780, donde indica el uso de símbolos para la manipulación de la carga:



Ilustración 2. Rotulación de un empaque

Fuente: (PROCOMER, 2017, pág. 12)

2.5.15. Etiquetado

La etiqueta forma parte del empaque. Según el Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC), la etiqueta es cualquier membrete, rótulo, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica que esté escrito, impreso, estampado, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase o empaque de un producto. Destacando que la misma no debe describirse ni presentarse con información falsa o engañosa, ni que se sugiera directa o indirectamente que el producto se relaciona en forma con otro producto. Se debe declarar las propiedades de los alimentos que sugieran que tenga calidades especiales por su origen, propiedades nutritivas, naturaleza, elaboración, composición u otra calidad cualquiera comprobable que la distinga (MEIC, 2015, págs. 2-5).

La etiqueta identifica la marca, clasifica y describe los aspectos del producto, como quien lo hizo, cuando, el contenido, su uso, sus normas de seguridad, entre otros.

El producto exportado debe cumplir con las leyes de etiquetado del país de destino. Los requisitos de etiquetado se imponen en muchos países para garantizar un manejo adecuado o para identificar los envíos. Las cajas o envases que se envíen deberían estar etiquetados con la marca o número de orden de compra, país de origen, peso en libras y kilogramos, el número de bultos, instrucciones de manipulación, destino final y puerto de entrada, y si el paquete contiene material peligroso. También es aconsejable repetir las instrucciones en el idioma del país importador (Seyoum, 2009, págs. 129-130).

2.5.16. Documentos para la exportación

Para cualquier exportación es necesario elaborar una serie de documentos que tendrán que ser admitidos y validados por todas las partes implicadas (exportador, importador, aduana, bancos, autoridades administrativas, etc.). Según García los documentos necesarios para realizar una operación de exportación pueden clasificarse en cinco grupos: comerciales, de transporte, de pago y seguro, aduaneros y fiscales, y certificados (García Trius, 2010, págs. 8-9).

Los dos documentos principales son los “comerciales”, en ellos se recoge toda la información necesaria para llevar a cabo la venta, siendo el más importante la factura comercial que acompaña la mercancía a lo largo de todo el destino y compromete al comprador a realizar el pago en las condiciones que se reflejan en el propio documento. Luego están los documentos de “transporte”, que son emitidos generalmente por las compañías de transporte y los completan las empresas de transitarios que proporcionan a las empresas exportadoras distintos servicios de carácter logístico; existe un tipo de documento para cada medio de transporte (carta de porte para el transporte carretera, conocimiento de embarque (Bill of lading) para el marítimo, guía aérea si es aéreo, etc.), estos documentos tienen tres elementos comunes: constituyen por sí mismos contratos de transporte, sirven como acuses de recibo del estado en que se ha recibido la mercancía, y tienen una estructura similar en cuanto a número de casillas, contenido y lenguaje utilizado.

En tercer lugar, están los documentos de “pago y seguro”, el pago en comercio exterior se realiza con métodos similares al comercio doméstico (transferencias bancarias, cheques, letras de cambios, etc.), pero además como se mencionaba se utilizan medios de pago documentarios (crédito y remesa documentarios), en los cuales el pago al exportador se hace

coincidir con la presentación. Para los seguros los documentos más utilizados son la póliza de seguro de transporte y los formularios de seguro de crédito a la exportación.

Luego están los documentos “aduaneros y fiscales” que son los que acompañan a las mercancías a su paso por aduanas, donde serán solicitadas por estas para controlar las salidas y entradas de las mercancías provenientes de otros países y aplicar los impuestos que se devenguen.

Y finalmente (en caso que aplique) están los documentos de “certificados” que son documentos emitidos por terceras partes (autorizadas para emitir los certificados como entidades estatales, empresas de inspección, cámaras de comercio, etc.), en lo que se certifica que un producto cumple una serie de características en cuanto a su origen, calidad, composición, etc., y que en ese sentido se ajusta a las condiciones establecidas en los acuerdos de compraventa.

2.5.17. Requisitos de control de entrada

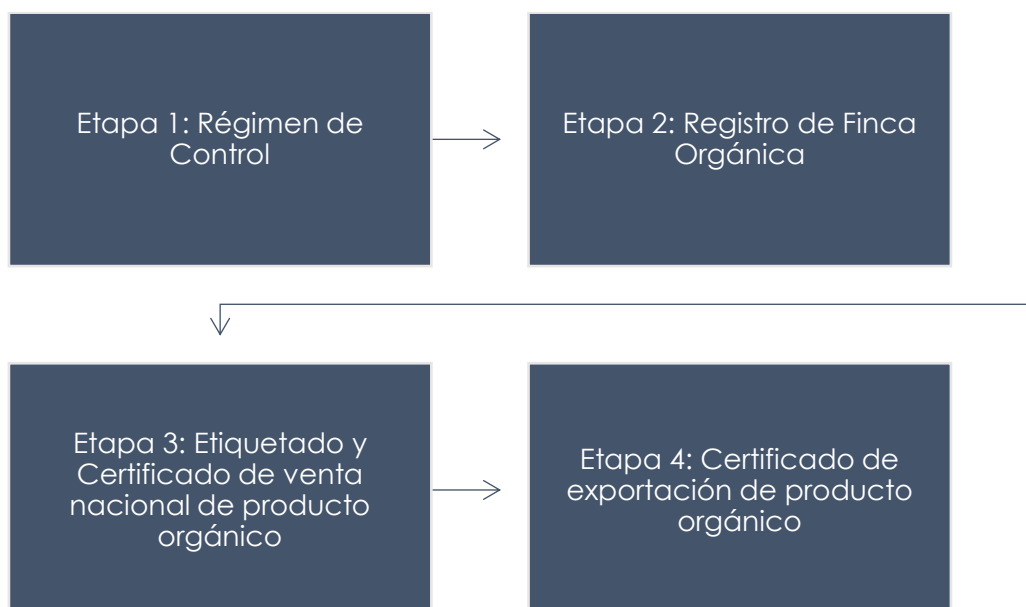
Para la entrada de productos del exterior a un nuevo país es necesario cumplir tanto con los requisitos arancelarios que son los impuestos a la importación e internos, como con los no arancelarios que incluyen los permisos de ingreso, leyes, reglamentos o regulaciones que tienen como objetivo de garantizar la seguridad de los alimentos y evitar daños al medio ambiente. Entre ellos se encuentran los controles sanitarios, etiquetado, sanidad vegetal, control de calidad comercial, trazabilidad, certificaciones especiales, entre otros.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA, ESTUDIO DE MERCADO DE LOS PAÍSES BAJOS, MATRIZ FODA Y LOGÍSTICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA PIÑA ORGÁNICA DE LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA HACIA LOS PAÍSES BAJOS

3.1. Análisis del proceso de certificación orgánica dentro de la normativa para la exportación de piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos

Para que la piña producida por la empresa Agrícola La Danta sea certificada como orgánica y logre exportarse exitosamente a la UE se han identificado y analizado las siguientes etapas establecidas dentro de la normativa costarricense las cuales son reconocidas por la UE para la producción y certificación agrícola orgánica:

Tabla 9. Etapas de la certificación agrícola orgánica en costa rica



*Elaboración propia.

1) RÉGIMEN DE CONTROL

El Régimen de Control es el procedimiento mediante el cual la empresa Agrícola La Danta deberá contactar a una de las agencias certificadoras acreditadas por el SFE, que previo a una inspección proveerá seguridad escrita o equivalente de que los productos y los sistemas de control se ajustan a los requisitos establecidos por el Reglamento sobre la Agricultura Orgánica No. 29782-MAG. En la legislación se establece que, para poder certificar, las agencias deben estar acreditadas por el ARAO. El principal objetivo de las agencias certificadoras es validar que la producción, procesamiento y comercialización de los productos que se identifiquen y vendan como orgánicos, se elaboren según las normas establecidas por la legislación.

Según la Unidad de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (ARAO) actualmente existen tres agencias certificadoras que cuentan con su acreditación vigente a la fecha (ARAO, 2020) las cuales son:

Tabla 10. Agencias certificadoras con certificación vigente en ARAO-SFE*

Código UE	Agencia certificadora	Vencimiento registro	Contacto
--------------	--------------------------	-------------------------	----------

CR-BIO-002	Kiwa BCS Costa Rica Limitada	1/30/2022	humberto.gonzalez@kiwa.lat
CR-BIO-003	Eco-Lógica S.A	10/1/2021	gabisoto@eco-logica.com
CR-BIO-007	Primus Auditing Operations de Costa Rica	2/19/2022	paocostarica@primusauditingops.com

Nota: *Lista actualizada al 26 de Marzo 2021

*Elaboración propia con datos (ARAO, 2020)

Normalmente según CEDECO las agencias certificadoras cobran bajo tres rubros, que igual depende de la negociación con cada empresa (CEDECO, 2000, págs. 13-15):

- Membresía anual
- Costos de inspección y certificación
- En algunos casos las agencias pueden cobrar porcentajes por el uso de sello o emitir certificados de transacción que va desde 0.025-1.1% sobre monto de la factura.

El monto de certificación está en aproximadamente 600 USD por hectárea (Saborío, 2017), sin embargo, a mayor número de hectáreas, este monto se irá reduciendo, por ej.: Agrícola La Danta por 34 ha. pagaba en el pasado un aproximado de USD\$1700 incluyendo membresía). El proceso de certificado tarda aproximadamente un mes y varía según se provea los datos correctos y de la manera adecuada. Antes de acabados los 365 días de la certificación, la empresa deberá solicitar la renovación, de lo contrario la perderá y deberá iniciar el proceso de nuevo.

El proceso con la agencia requiere lo siguiente:

- 1) Plan de manejo: la empresa debe llenar un documento llamado “el plan de manejo” con todas las especificaciones que solicita la agencia.
- 2) Registro: la empresa deberá llevar un registro constante y actualizado de todos los documentos que permitan a la agencia localizar la información de las materias primas e ingredientes, aditivos adquiridos y su uso en las fincas; datos sobre la cosecha en cantidades, calidad, peso, etc.; información de los destinatarios de los productos vendidos, entre otros. La agencia creará un “expediente de control” para llevar todos los registros del productor.
- 3) Inspección: una vez aceptado el plan de manejo, la agencia fijará una fecha para la inspección física de la finca. La agencia certificadora enviará a uno de sus inspectores que también ha sido acreditado como tal por el ARAO para realizar la inspección y posteriormente emitir un informe donde verificara el cumplimiento de la aplicación correcta de la normativa.
- 4) Certificación: la agencia analizará el informe y decidirá sobre la aprobación de la certificación (en caso de que existan inconformidades se le notificara la empresa para que realice un plan de corrección de errores en un plazo establecido). La agencia entregará a la empresa un “certificado de operador orgánico” con el que podrá registrarse ante el ARAO.
- 6) Seguimiento: una vez que la empresa sea certificada deberá notificar anualmente a la agencia para darle toda la información actualizada la cual será enviada al ARAO; la empresa debe también aceptar inspecciones aleatorias tanto de la agencia como de representantes del ARAO.

2) REGISTRO DE FINCA ORGÁNICA

Con el certificado otorgado por la agencia, la empresa tendrá un máximo de 10 días hábiles para comenzar el trámite de registro oficial ante el ARAO. Para ello además de presentar copia del certificado, debe también presentar el formulario OR-AO-PO-03_F-01 de “Registro de Fincas Orgánicas” y otros requisitos generales solicitados en el mismo. Una vez recibida la solicitud con los requisitos exigidos, se notificará a la empresa en un plazo de ocho días hábiles la aprobación de su inscripción como operador orgánico. Cuando se dé la aprobación se le asignará un número de registro. El registro vence la misma fecha que la certificación otorgada por la agencia, y debe renovarse. El costo anual de registro de finca orgánica ante el ARAO es de ₡63,543 colones (vigente al 31 enero, 2022)²⁵

3) ETIQUETADO Y CERTIFICADO DE VENTA NACIONAL ORGÁNICO

ETIQUETADO: El sello o logotipo de la agencia certificadora deberá figurar de manera obligatoria y destacada en las etiquetas de los envases, empaques o embalajes utilizadas para la venta de la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta.

El etiquetado orgánico debe además cumplir con la legislación vigente en el país sobre etiquetado en cuanto a productos convencionales. Es importante que cuando se especifique el “nombre del alimento” en la etiqueta, la palabra “orgánico” forme parte del nombre del alimento.

²⁵ https://www.sfe.go.cr/Tarifas1/Tarifas_SFE.pdf

CERTIFICADO DE VENTA NACIONAL DE PRODUCTO ORGÁNICO: Una vez hecho el registro oficial ante el ARAO la agencia expide un “certificado de venta” donde la empresa podrá comercializar libremente sus productos como orgánicos dentro del país.

5) CERTIFICADO DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTO ORGÁNICO

Una vez hecho el registro oficial ante el ARAO, la empresa tendrá la oportunidad de exportar sus productos orgánicos al mercado internacional a través de un “certificado de exportación de producto orgánico” que se emite a través de la “Nota técnica 390” de autorización para exportación con certificación orgánica expedida por el ARAO (La Gaceta No.211, 2019). Para lo anterior primero se envía una solicitud a la agencia certificadora para la solicitud del certificado, debe venir acompañada del conocimiento de embarque o factura comercial (se debe enviar al menos 7 días naturales antes del embarque). La agencia tramitará el certificado ante el ARAO y lo ingresará al sistema TRACES. El certificado original debe ser retirado por la empresa en las oficinas correspondientes de la agencia. La agencia enviará periódicamente los datos de los certificados tramitados mediante el sistema TRACES al ARAO. El SFE además cobra una tarifa anual de ₡63,543 colones para Registro comercialización o exportación de productos orgánicos, además por cada certificado de exportación o reexportación de productos y subproductos vegetales el SFE cobra ₡4080 colones, y por cada unidad de transporte (Contenedor, camión, furgón, carreta) en puntos de salida a exportar el SFE cobra ₡16,373 colones (vigente al 31 enero, 2022)²⁶

²⁶ https://www.sfe.go.cr/Tarifas1/Tarifas_SFE.pdf

3.2. Estudio de mercado de los Países Bajos para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta

3.2.1. Información del consumidor de productos orgánicos en la Unión Europea y los Países Bajos

En la Unión Europea, se están desarrollando tendencias hacia enfoques más sostenibles para la producción y el procesamiento de fruta fresca. Los temas ambientales y sociales son cada vez más importantes. Los esquemas de certificación social y ambiental incluyen acciones destinadas a reducir drásticamente y registrar el uso de plaguicidas, garantizar la seguridad de los empleados o incluir garantías de precios para los productores (CBI, 2018).

La tasa de crecimiento promedio anual de las ventas minoristas de productos orgánicos entre el periodo de 2001-2017 en Europa fue de 10,5%, el tamaño de ventas en el 2017 fue de 42 billones de USD y el consumo per cápita de alimentos orgánicos ronda los 53 USD (PROCOMER Alimento orgánicos frescos y procesados, 2020, pág. 24).

Según el último estudio solicitado por la Comisión de la Unión Europea acerca de las *“actitudes de los europeos hacia la construcción de un mercado único para productos verdes (ecológicos)”* (TNS Political & Social solicitado por la UE, 2013) establecieron seis tipos de consumidores: el “regular” que compra a menudo productos amigables con el ambiente; el “ocasional” que algunas veces compra estos productos; el “listo para hacerlo” que es el que aún no compra, pero definitivamente planea hacerlo en un futuro; el “contemplativo” que también aún no compra, pero puede que lo haga en un futuro; el “en recaída” que solía comprarlos, pero de repente dejó de hacerlo; y el “reacio” que es el que definitivamente no compra productos verdes ni planea hacerlo. Luego el estudio estableció cinco características que motivan la compra de estos consumidores: la relación “costo beneficio” donde miden

si el valor del bien se justifica; la “eficacia” donde evalúan si la alternativa ecológica es tan efectiva como la convencional y si el producto está marcando una diferencia en el medio ambiente; las “normas sociales” cuando comprar productos ecológicos es hacer lo correcto y da un buen ejemplo a la sociedad, o que además mi familia, amigos y colegas consideren que es una buena acción utilizar este tipo de productos; la “arquitectura de la elección” que evalúa aspectos de la facilidad para acceder a estos productos y si son fácilmente reconocibles; y por último “las creencias” donde analizan si los problemas en el medio ambiente son exagerados o no.

Del mismo estudio se pudo confirmar que el 80% de los europeos son consumidores “regulares” y “ocasionales” (regular 26% y ocasional 54%). Estos consumidores consideraron que lo que más les motiva comprar se encuentra en la categoría de las “normas sociales” donde buscan hacer lo correcto y dar un buen ejemplo; y el segundo motivante es la “eficacia” de saber que los productos realmente hacen diferencia en el medio ambiente. El estudio también revela que el 77% de los consumidores en la Unión Europea estarían dispuestos a pagar más por un producto verde. Por último, el 20% de los ciudadanos de la UE consideran que la solución que más tendría impacto a los problemas ambientales es el “consumo de productos producidos por productores amigables con el ambiente” (TNS Political & Social solicitado por la UE, 2013).

En relación específica a los Países Bajos el estudio demostró que el 65% de la población son consumidores “ocasionales”, un 81% dijo estar de acuerdo con pagar más por productos ecológicos. La mayoría de los consumidores en los Países Bajos, prefieren encontrar la información ambiental en una etiqueta adherida al producto, la segunda opción más popular es ver la información en el estante donde el producto esté disponible.

Tabla 11. Tipos de consumidores de productos ecológicos en la Unión Europea*

<u>Regulares 26%</u> • Compra a menudo productos	<u>Ocasionales 54%</u> • Algunas veces compra productos	<u>Listo para hacerlo 4%</u> • Aún no compra pero planea hacerlo en el futuro
<u>Contemplativo 6%</u> • Aún no compra pero puede que lo haga en el futuro	<u>En recaída 1%</u> • Solía comprar pero dejó de hacerlo	<u>Reacio 4%</u> • No compra productos ni planea hacerlo

Tipos de consumidores de productos ecológicos en los Países Bajos*

Regulares 16%	Ocasionales 65%	Listo para hacerlo 4%
Contemplativo 5%	En recaída 0%	Reacio 5%

Nota: * Un 5% no contestó o sabe que son productos ecológicos.

Características que motivan a consumidores de productos ecológicos a realizar la compra en la Unión Europea

Costo beneficio

- Miden si el valor del bien se justifica

Eficacia

- Evalúan si la alternativa ecológica es tan efectiva como la convencional.
- Si realmente la compra de este producto esta marcando una diferencia en el medio ambiente.**

Normas sociales

- Cuando comprar productos ecológicos es hacer lo correcto.**
- Da un buen ejemplo a la sociedad.**
- Familia, amigos y colegas considera que es una buena acción hacerlo (presión social).

Arquitectura de la elección

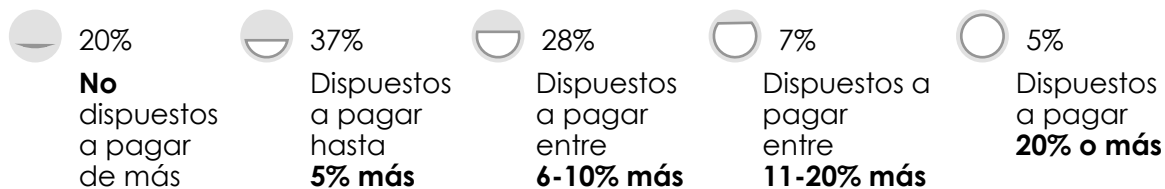
- Evalúa que tan fácil se puede acceder al producto.
- Si son fácilmente reconocibles.

Creencias

- Se evalua que tanto se consideran que los problemas en el medio ambiente son exagerados o no.

Nota: ** Top 3 de las características que motivan la compra de los consumidores “regulares” u “ocasionales”.

77% de los consumidores (UE) estarían dispuestos a pagar más por un producto ecológico,
de los cuales***:



Nota: *** 3% no sabían si pagarían de más.

Países Bajos

81% de los consumidores estarían dispuestos a pagar más por productos ecológicos.

24% de los ciudadanos consideran que el "consumo de productos producidos por productores amigables con el ambiente" es la solución que tendría el mayor impacto ambiental en su país.

78% de los consumidores les gustaría encontrar la información ambiental de los productos ecológicos en una etiqueta adherida al producto.

*Elaboración propia con información del estudio de (TNS Political & Social solicitado por la UE, 2013)

3.2.2. Mercado de los Países Bajos para productos orgánicos

Los Países Bajos también conocido como Holanda, es un país pequeño en el noroeste de Europa, comparte fronteras con Alemania y Bélgica.

Tabla 12. Datos generales de los Países Bajos

Dato:	Descripción:
Área:	41,500 km ² (18.41% agua)
Tamaño de Población:	17 millones (más del 40% de la población vive en el Randstad, que son las aglomeraciones de las ciudades de Ámsterdam (North Holland), Rotterdam (South Holland), La Haya (South Holland) y Utrecht.
Densidad de Población	488 habitantes por km ²
Provincias:	Se divide en 12 provincias: Drenthe Flevoland Friesland Gelderland Groningen Limburg North Brabant North Holland Overijssel

	South Holland Utrecht Zeeland
Capital:	Ámsterdam
Idioma oficial:	Holandés (sin embargo, el inglés es un idioma que muchas personas hablan, especialmente las generaciones más jóvenes).
Moneda	Euros
Ingreso per cápita	53,200 USD (2019)

*Elaboración propia con datos (Banco Mundial, 2020) y (Holland.com, 2020).

El gasto total en alimentación sostenible en los Países Bajos durante el año 2018 aumentó llegando a 4.9 billones de Euros (en comparación de los 2.2 billones de Euros en el 2013), de los cuales casi el 70% fueron gastados en supermercados (Statista 0, 2020). De ese gasto en alimentación sostenible, específicamente los productos orgánicos (vendidos tanto en supermercados, tiendas especializadas, servicios de comidas, y otros puntos de venta) representaron 1.5 billones de Euros en el 2018 (un aumento de 60% desde el 2013) (Statista 1, 2020).

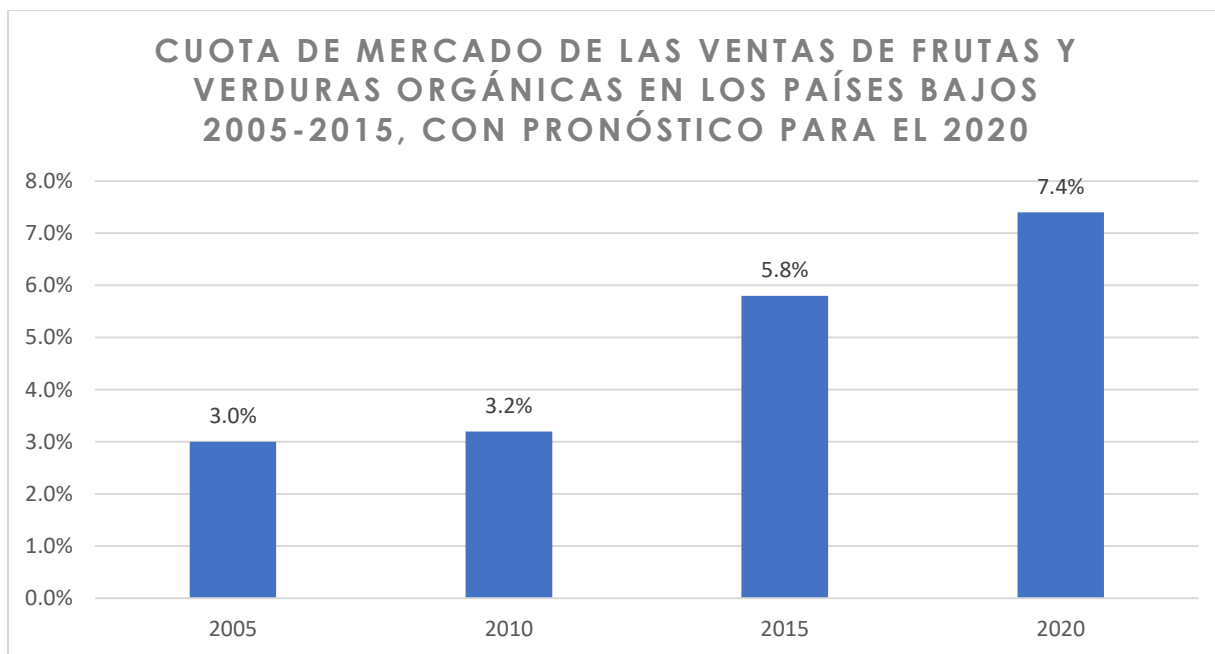
En el 2019, el número de empresas de alimentos orgánicos en los Países Bajos ascendió a poco más de 5200 (había 3400 en el año 2011); Gelderland fue la provincia con mayor número de empresas de alimentos orgánicos (840) (Statista 2, 2020). El número de procesadores y comercializadores de alimentos orgánicos en los Países Bajos entre el año 2011-2019 escaló de 1800 a 3100; siendo la provincia de Zuid-Holland la que tiene el mayor número (600) (Statista 3, 2020).

El número de tiendas especializadas en productos orgánicos en los Países Bajos en el 2019 fue de 400 (Statista 4, 2020). Los productos orgánicos vendidos en supermercados tradicionales y tiendas especializadas se vendieron en promedio un 75% más caro que los productos convencionales en el año 2019. En promedio las tiendas especializadas cobraron precios más altos que los supermercados tradicionales de 75% vs. 63% respectivamente (Statista 5, 2020). Se espera que estas diferencias vayan disminuyendo un poco eventualmente debido a mayores eficiencias dentro de la cadena de suministro y una mayor velocidad de rotación en los estantes minoristas (USDA, 2018).

Más del 95% de los hogares en los Países Bajos compraron productos orgánicos en el 2019. Los productos orgánicos fueron populares a pesar de sus precios relativamente más altos. Entre las razones más importantes en el 2019 para comprar productos orgánicos en lugar de su contraparte convencional fueron la preocupación por el medio ambiente, un mejor trato a los animales y la pureza de los ingredientes (Statista 6, 2020). El gasto anual per cápita de productos orgánicos en los Países Bajos ha venido en aumento en los últimos 10 años, en el año 2010 el gasto era de 40 Euros por persona, y en el 2018 llegó a casi a 75 Euros en promedio, sin embargo, puede llegar hasta a 120 Euros al año en hogares más acomodados (Statista 7, 2020).

En el 2010 aproximadamente el 3% de las verduras y frutas totales vendidas en los Países Bajos fueron orgánicas, ya para el 2015 ese porcentaje subió a 5.8% y se pronosticaba que para el 2020 ese resultado llegara a 7.4% (Statista 8, 2020).

Gráfico 24. Cuota de mercado de las ventas de frutas y verduras orgánicas en los Países Bajos 2005-2015, con pronóstico para el 2020



Vertical: Porcentaje de la cuota de las ventas

Horizontal: año de estudio.

Fuente: (Statista 8, 2020).

3.2.3. Búsqueda de compradores para productos orgánicos agrícolas en los Países Bajos

3.2.3.1. Plataformas de promoción

FERIAS INTERNACIONALES

A manera de promoción, las ferias en general sirven de trampolín hacia el mercado, ayudando a establecer nuevos contactos comerciales y evaluar los intereses de los productos. En la UE hay ferias que ofrecen la exposición de gran cantidad de productos y servicios (normalmente son más grandes) y otras que se especializan en nichos especializados (son más pequeñas, pero ofrecen la oportunidad de realizar contactos más

calificados en caso de que el producto sea específico para ese mercado). Muchas de las ferias cuentan con catálogos en línea de los presentadores, y en ellas se puede encontrar el contacto de información de posibles compradores. Los Países Bajos y UE ofrecen la oportunidad de asistir a ferias especializadas en productos orgánicos.

Tabla 13. Ferias comerciales de productos orgánicos más importantes para los Países Bajos

Feria	Detalles
Bio Beur www.bio-beurs.nl Locación: Países Bajos	Participan más de 360 expositores, y la visitan más de 9 000 participantes. Los precios de los stands de exhibición empiezan desde los 1000 Euros aproximadamente.
BioFach www.biofach.de Locación: Alemania	Participan más de 3 700 expositores, y la visitan más de 50 000 participantes. Los precios de los stands de exhibición empiezan desde los 2 100,00 Euros aproximadamente.

*Elaboración propia con datos de (Bio Beurs, 2020), (Biofach, 2020), (Organic-bio, 2020).

Otras ferias internacionales de frutas y verduras no especializadas, pero si muy importantes para el mercado de la Unión Europea incluido los Países Bajos son:

Tabla 14. Ferias comerciales más importantes en la UE para el mercado de frutas y verduras frescas

Feria	Detalles
-------	----------

Fruit Logística www.fruitlogistica.de Locación: Alemania	Participan más de 3 300 expositores, y la visitan más de 72 000 participantes. A pesar de ser general, si cuenta con una división para productos orgánicos. Los precios de los stands de exhibición empiezan desde los 1 250,00 Euros aproximadamente.
Fruit Attraction www.ifema.es/en/fruit-attraction Locación: España	También cuenta con una división orgánica llamada “Ecorganic Market” dedicada a frutas y vegetales orgánicos. Participan más de 1 500 expositores, y la visitan más de 60 000 participantes.

*Elaboración propia con datos de (CBI, 2018).

PLATAFORMAS VIRTUALES

Las plataformas de noticias virtuales para los Países Bajos son una buena fuente de información sobre compradores, mercado y otras empresas del sector de frutas y verduras frescas, en ellas se encuentran artículos de noticias de otras empresas privadas en el negocio, por lo que se puede pagar por publrreportajes para promocionar la marca, o en pautas publicitarias alrededor del sitio web.

- Entre estas páginas se encuentran: freshplaza.com, freshfruitportal.com, fruit.net, entre otras (CBI, 2020).

Otra forma de promoción es registrarse dentro de los directorios comerciales para productos orgánicos donde se puede acceder a bases de datos de potenciales compradores, y también promocionar a la misma empresa. Algunos directorios cobran una membresía para publicar la información y acceder a ella.

- Entre ellos están: organic-bio.com, greentrade.net, entre otras.

Existe también la Asociación holandesa de empresas activas en las industrias de frutas y vegetales frescos (GroentenFruit Huis), donde se puede verificar a sus miembros, y con ello certificar que las empresas sean veraces.

3.2.3.2. Programas de apoyo

El Centro de Promoción de Importaciones desde países en vías de desarrollo del Ministerio de Asuntos Externos de Los Países Bajos (CBI) además de ofrecer gran variedad de información útil para realizar negocios en el país, ofrece programas de entrenamiento de exportaciones a los cuales se puede aplicar; para el caso de Costa Rica cuentan con el programa “Connecting Central América 2018-2021” (CBI, 2018).

Los Países Bajos además cuentan con una organización pública-privada llamada la “Iniciativa de Comercio Sustentable ²⁷(IDH)” la cual lanzó en el 2012 con la participación de minoristas y comerciantes holandeses la “Iniciativa de sostenibilidad de frutas y verduras (SIFAV)”, que

27 The Sustainable Trade Initiative (nombre oficial en ingles)

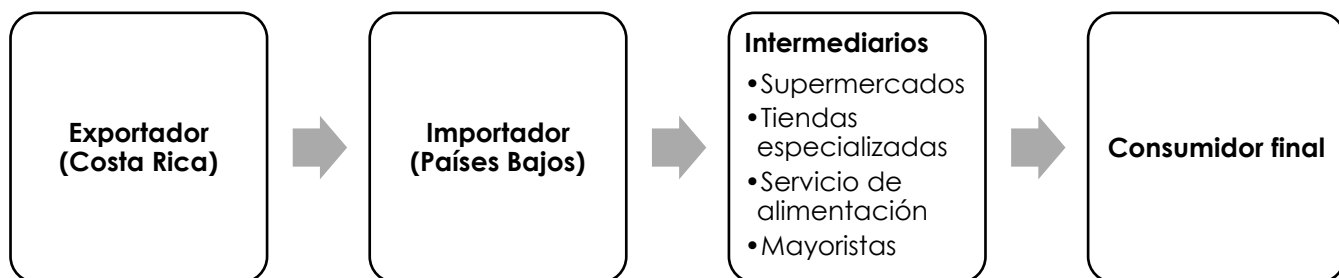
a la fecha cuenta con 40 socios de empresas y marcas reconocidas con el objetivo de hacer que la compra de frutas y hortalizas desde África, Asia y América Latina sea 100% sostenible, lo cual quiere decir que el producto tenga al menos un certificado con estándar ambiental (CBI, 2018).

3.2.4. Canales de comercialización de piña orgánica en los Países Bajos

En la Unión Europea, las ventas al detalle se encuentran dominadas por los supermercados, en donde más del 60% de las ventas se realizan en ellos. Para la venta de piñas frescas orgánicas en la UE, los supermercados son también el canal más importante, y después las tiendas especializadas. Los supermercados demandan de sus proveedores calidad y eficiencia, una cantidad uniforme, volúmenes relativamente grandes y principalmente piñas transportadas por mar. La mayoría de las piñas se comercializan por los mismos canales que los bananos; los actores de este mercado son a menudo multinacionales y altamente especializados en estas frutas, por lo que el éxito de los nuevos participantes está determinado por la calidad y los productos distintivos. Los productos de nichos especiales son generalmente vendidos por importadores/comercializadores especiales (CBI, 2018).

Los Países Bajos es un mercado importante para la piña orgánica, con un perfil de consumidor dispuesto a adquirirla, es importante conocer las diferentes empresas importadoras encargadas de distribuir y comercializar productos orgánicos (específicamente frutas) a los mayoristas, minoristas y demás canales para que lleguen al consumidor final. En ocasiones los mismos mayoristas pueden ser los mismos importadores.

Tabla 15. Canales de comercialización de piña orgánica de Costa Rica en los Países Bajos



*Elaboración propia.

3.2.4.1. Importadores

El Ministerio Holandés de Agricultura, Naturaleza y Calidad de Alimentos denominó a SKAL Biocontrole como la agencia gubernamental oficial para el control de alimentos y agricultura orgánica. Los exportadores deben asegurarse de asociarse con un importador certificado por SKAL²⁸ (USDA, 2018).

²⁸ <https://www.skal.nl/home-engb/about-skal/>.

1) IMPORTADORES GRANDES Y PROVEEDORES DE SERVICIOS

Dominan el mercado, suministran productos a las grandes cadenas minoristas. Además, cuentan con proveedores de servicios especiales (maduración, empaque, y mezcla). Normalmente son menos numerosos, pero tienen una participación dominante en el mercado. Son compradores con contrato, y tienen centro de ventas minoristas. Entre sus ventajas es que pueden ofrecer programas de suministro, contrato a precios fijos y de largo plazo o estacionales, financiación previa a la cosecha y mayor seguridad. Sin embargo, cuentan generalmente con normas más estrictas de calidad y estándares, volúmenes mínimos requeridos, y opciones de empaque obligatorias.

2) IMPORTADORES Y COMERCIANTES ESPECIALIZADOS

Son proveedores de servicios y mayoristas de mercados al contado. Compradores especializados en categorías específicas. Pueden ofrecer una canal de venta para nichos específicos como frutas y verduras orgánicas, étnicas, exóticas, etc. Entre sus ventajas está la flexibilidad y experiencia en productos específicos. Sin embargo, los precios de los productos pueden fluctuar más frecuentemente.

Los acuerdos se confirman normalmente por correo electrónico y es importante tener contratos por escrito. Los contratos pueden ser por compra única o también por temporada.

Es importante contar con importadores bien informados y establecidos, que estén familiarizados con la documentación requerida. Además, tomar en cuenta que muchos

importadores tienen sus propias marcas comerciales que utilizarán para vender el producto importado una vez que se nacionalice.

Tabla 16. Posibles importadores de piña orgánica para la empresa Agrícola La Danta

Importador	Descripción
Eosta B.V. Contacto: Transportweg 72742 RH Waddinxveen +31 180 63 55 00 info@eosta.com www.eosta.com/	Uno de los importadores, distribuidores y envasadores internacionales más grandes de los Países Bajos y Europa de frutas y verduras frescas orgánicas. Sirve a los principales minoristas y tiendas especializadas. Trabajan con más de 1 000 productores. Trabajan con piña orgánica de Costa Rica y Costa de Marfil, en cajas de 8-12 (con corona) unidades y 12 sin corona. En Costa Rica han trabajado con una finca en La Virgen de Sarapiquí del productor Andrés Núñez que trabaja con la empresa Dole en su división orgánica.
The Greenery Contacto: Aad van Dijk Senior Product Manager Vruchtgroenten +31 (0)180 657 731 +31 (0)650 214 808 A.vanDijk@thegreenery.com www.thegreenery.com/	También es una de las empresas más grandes para la distribución de frutas y hortalizas orgánica, sirve a cadenas de supermercados, mayoristas (como Naturelle que trabaja para la marca Bio+ del grupo empresarial Superunie), empresas de catering y tiendas especializadas

Importador	Descripción
Frutimex International Contacto: Essebaan 17 (2nd floor) 2908 LJ Capelle aan den IJssel +31 103400908 frutimex@frutimex.eu www.frutimex.eu	Empresa joven de importación y exportación y comercialización de fruta fresca convencional y orgánica en los Países Bajos. Sus marcas comerciales son Sweet tropical, Dunya-Sweety y Prima+. Trabajan con piña de Costa Rica y Panamá.
AgroFair Benelux Contacto: Koopliedenweg 10 2991 LN Barendrecht +31 180 - 643 900 www.agrofair.nl info@agrofair.nl, sales@agrofair.nl	Productores y distribuidores de bananos, piñas y otras frutas y verduras orgánicas y de comercio justo. Sus marcas comerciales son: Oké y EkoOké. Trabajan con piña de Costa Rica, importando paletas de 80 cajas de aproximadamente 11.8 kg cada una.
Fairtrasa Holland B.V. Contacto: Galgeweg 8 2691 MG 's-Gravenzande +31 174 291 600 holland@fairtrasa.nl www.fairtrasa.com	Exportadores e importadores de frutas orgánicas y comercio justo, principalmente desde América Latina, pero también de algunos países africanos. Su casa matriz está en Suiza, pero tiene sede en los Países Bajos. Trabajan con piña desde Costa de Marfil.
Organic Trade Company B.V. (OTC-Holland B.V)	Importadores y distribuidores de frutas y verduras frescas orgánicas. Trabajan con piña desde Costa

Importador	Descripción
OTC Organics B.V. Eskimolaan 11 NL-8252 AS Dronten T +31 (0) 885 880 400 info@otcorganics.com www.otcorganics.com	Rica, Costa de Marfil, Camerún y Senegal. Su marca comercial es MmmBio.
Ithaka Organic Trading Contacto Johan TroostVan Eysingalaan 903527 VM Utrecht +31(0)626949712 info@ithakaorganictrading.nl www.ithakaorganictrading.nl	Importador y distribuidor internacional de frutas y verduras frescas orgánicas. No comercializa aún la piña entre sus productos, sin embargo, si ofrece bananos y otros, lo cual tiene conocimiento en el manejo frutas tropicales.
Just Organic Service & Trading BV Contacto Christian Bekoe Koepoortsweg 40NL-1624 Hoorn +31(0) 611395287 christian@justorganiconline.com www.justorganiconline.com	Proveedor profesional de verduras y frutas orgánicas para envasadores, mayoristas e industria. Conectan al productor y el cliente al administrar y brindar programas durante todo el año, contratos fijos y ofertas semanales / diarias.

*Elaboración propia.

3.2.4.2. Supermercados y mayoristas

La gran mayoría de los supermercados compran productos internacionales especializados a través de importadores especializados. Las tiendas más pequeñas trabajan a escalas más pequeñas y por lo tanto a menudo compran en cantidades pequeñas a través de mayoristas. Los supermercados generalmente trabajan con unos tres importadores especializados para el área de productos internacionales especializados que son los responsables de seleccionar los productos y llenar los estantes.

Los dos principales supermercados en los Países Bajos son: Albert Heijn y Jumbo, que tienen casi el 54% de la cuota de mercado; Aldi y Lidl (cadenas alemanas) representan el 18% (USDA, 2019). Para hacer las compras, algunas tiendas más pequeñas se han unido para competir mejor.

Es importante mencionar que algunos importadores de productos orgánicos, así como los supermercados convencionales también representan sus propias marcas comerciales orgánicas, realizando alianzas con proveedores en diferentes países para negociar las compras de sus productos y venderlos bajo sus marcas; asumiendo muchas veces para esto los costos de empaque para la importación de los mismos, ya que llevarán sus marcas en el etiquetado.

Los grupos de compra líderes en los Países Bajos son los siguientes:

Tabla 17. Supermercados tradicionales líderes en los Países Bajos

Grupo empresarial:	Representando a los siguientes supermercados:	Información en productos orgánicos
Albert Heijn www.ah.nl Cuota de mercado: 34.7%	Albert Heijn, AH XL, Albert.nl, AH To Go	En el año 1998 fue el primer supermercado en los Países Bajos en presentar productos orgánicos con su primera marca propia llamada AH pure & honest. Y en el 2014 lanza su actual marca llamada AH Biologisch (AH Organic).
Superunie www.superunie.nl/en/ Cuota de mercado: 28.5%	Plus Holding, Deen Supermarkten, Coop Holding, Hoogvliet Super, Spar Holding, Boni-Markten, Boon Beheer, Detailresult Groep, Jan Linders, Nettorama Distributie, Poiesz Supermarkt, Sligro Food Group	Tiene su propia marca orgánica llamada Bio+
Jumbo Groep Holding www.jumbo.com	Jumbo	Su marca orgánica propia se llama Biologische.

Grupo empresarial:	Representando a los siguientes supermercados:	Información en productos orgánicos
Cuota de mercado: 19.1%		
Lidl www.lidl.nl Cuota de mercado: 10.9%	Lidl	Lidl lleva más de 13 años ofreciendo productos orgánicos en sus tiendas de los Países Bajos. Su marca propia se llama Bio Organic.
Aldi Holding www.aldi.be/nl/ Cuota de mercado: 6.8%	Aldi.	Ofrece productos orgánicos desde el 2013. También cuenta con su propia marca llama Simply Nature.

*Elaboración propia con datos de (USDA, 2019), (Statista, 2020) y de los sitios web de cada supermercado.

Los mayoristas más importantes de productos alimenticios en los Países Bajos son De Kweker, Sligro, VHC – Horesca, entre otros (USDA, 2019).

Tabla 18. Mayoristas líderes en los Países Bajos

Mayorista	Descripción
De Kweker Contacto:	Mayorista de alimentos y opera un centro distribución en Ámsterdam. Ofrece

Hornweg 60 1044 AN Ámsterdam+31 (0)20 506 30 10 www.dekweker.nl info@dekweker.nl	productos alimenticios convencionales y sostenibles. Ofrecen alrededor de 1500 opciones de productos orgánicos, fueron de los primeros mayoristas en 1995 en introducir productos amigables con el ambiente.
Silgro Food Group Contacto: Corridor 11, 5466 RB Veghel +31 413 34 35 00 info@sligrofoodgroup.nl www.sligrofoodgroup.nl	Este mayorista se destaca por trabajar en muchas adquisiciones desde sus inicios, de hecho, adquirió DeKweker en el 2019 el cual continuará trabajando independiente. Silgro le da servicio tanto a Países Bajos y a Bélgica.
VHC – Horesca Contacto: Noordeinde 99 3341 LW HENDRIK IDO AMBACHT +31 078 - 68 33 400 www.vhc.nl	Coopera con importadores y proveedores de productos orgánicos y comercio justo para ofrecerle opciones a sus clientes

*Elaboración propia con datos de (USDA, 2019), (Statista, 2020) y de los sitios web de cada mayorista.

3.2.4.3. Tiendas especializadas

Algunas de las tiendas especializadas son independientes y otras son parte de una cadena minorista. Udea es el grupo empresarial orgánico más grande y cuenta con la cadena minorista orgánica más extensa en los Países Bajos que se llama EkoPlaza. EkoPlaza abrió su primera tienda en 1980 en Ámsterdam, solía ser un supermercado orgánico y ahora se está convirtiendo en una tienda de alimentos orgánicos más exclusiva. Marqt que también pertenece a Udea abrió su primera tienda en el 2008 y se dirige a un consumidor más adinerado con productos de alta gama (USDA, 2018).

Tabla 19. Tiendas especializadas en productos orgánicos líderes en los Países Bajos

Grupo empresarial:	Tiendas	Descripción
Udea info@udea.nl www.udea.nl	EkoPlaza www.ekoplaza.nl Marqt www.marqt.com	Udea es un importador y exportador holandés de productos orgánicos, es mayorista y además cuenta con la cadena de tiendas orgánicas más grande de los Países Bajos. Ekoplaza cuenta con 90 tiendas. Además, recientemente adquirió Marqt que actualmente maneja unas 12 tiendas de productos orgánicos en los Países Bajos.
Odin De Nieuwe Band BV	Odin www.odin.nl	Este grupo es la unión de dos empresas (De Nieuwe Band y Estafette Odin) que fusionaron sus actividades de comercialización y producción y pasaron a llamarse

Grupo empresarial:	Tiendas	Descripción
		Odin De Nieuwe Band BW. Tienen un total de 25 tiendas de nombre Odin.

*Elaboración propia con datos de (USDA, 2018), (Dutch News NL, 2019).

3.2.5. Estudio de la competencia

El ARAO dispone de una lista (actualizada al 28 de agosto, 2020) de las empresas, personas, asociaciones o cooperativas que actualmente están registrados como operadores orgánicos con certificaciones orgánicas vigentes tanto de Finca/GPO, Proceso, Comercialización, y Exportación (bajo el Reglamento No. 29782-MAG). Con el propósito de identificar y analizar la competencia directa de Agrícola La Danta se seleccionaron algunas de las empresas que estuvieran certificadas en los rubros de Finca/GPO, Comercialización y Exportación de la piña orgánica. Entre ellas están:

1) Cooperativa Agroindustrial y Servicios Múltiples de San Antonio de Pérez Zeledón (COOPEASSA RL) (GPO):



Logo de COOPEASSA RL.

Fuente: Perfil de Facebook, COOPEASSA RL. Imagen solamente utilizada con fines académicos.

Fundada: 5 de Mayo, 1984

Contacto: Walter Elizondo Naranjo (gerencia@coopeassa.com)

Localizada: San Antonio, Pejibaye, Pérez Zeledón, San José, Costa Rica

Asociados: 285

Certificada en ARAO en: Finca, Proceso, Comercialización, Exportación.

Área certificada: 499.79 ha (Piña y otros productos)

Agencia Certificadora: Kiwa BCS Costa Rica Limitada

Vencimiento de certificación: 3/16/2021

Trabaja en 4 sectores agrícolas (ACICAFOC, 2019):

- Producción de Banano 200 hectáreas, Café 500 hectáreas, Piña 28 hectáreas, raíces y tubérculos 10 hectáreas, Naranja 10 hectáreas, cacao.
- Servicio de alquiler de equipo y maquinaria.
- Planta agroindustria café; planta agroindustria insumos orgánicos y planta empacadora de frutas, raíces y tubérculos.
- Comercio; supermercados y mayoreo, ferretería, fertilizantes y agro insumos, ventas internacionales y servicio crédito.

La cooperativa se vio fortalecida con el financiamiento de proyectos elaborados por la AEA de Pejibaye del MAG²⁹ en el 2011 para la transición de agricultura convencional a orgánica y diversificada, con montos cercanos a los 372 millones de colones. Para el año 2018 se estimaba un total de 76 productores certificados (MAG, COOPEASSA R.L., 2019). En el 2019, COOPEASSA RL recibe también un crédito del Banco Popular por 400 millones para inversión de producción orgánica, infraestructura, equipamiento y financiamiento al productor (Chavarría, 2019). COOPEASSA RL cuenta con acuerdos comerciales formales, y en piña trabaja con dos mercados internacionales (EE. UU. y Europa) y el mercado nacional. Entre sus clientes están: Paradise Ingredientes, Agroindustrial Las Mellizas, Pura Fruta, Café Britt, Alianzas de Familias Orgánica de Costa Rica, Eosta, Coopezarcero, Pura Fruta (MAG, COOPEASSA R.L., 2019).

²⁹ Agencia de Extensión Agropecuaria de Pejibaye del MAG, que ofrecen capacitaciones en materia de agricultura orgánica.

Una de sus marcas de piña orgánica es la de: “Piña Orgánica de San Antonio”, por parte de productor Rolando Elizondo. Para el 2017 se estimó una producción de 36 TM de piña orgánica (de San Antonio) que sería distribuida en Estados Unidos y Europa (Radio 88 stereo, 2017).

Figura 11: Marcas Comerciales de Coopeassa RL



Fuente: Coopeassa RL, 2018

Marcas Comerciales de Coopeassa RL

Fuente: (MAG, COOPEASSA R.L., 2019) . Imagen solamente utilizada con fines académicos.

2) Finca José Alberto Castro

Contacto: José Alberto Castro Otarola (castbert153@gmail.com)

Localizada: Pital, San Carlos, Alajuela

Certificada en ARAO en: Finca y Comercialización.

Área certificada: 38.5 ha (Piña y yuca)

Agencia Certificadora: Eco-Lógica S.A.

Vencimiento de certificación: 1/27/2021

Ha exportado a los Estados Unidos (López & Mora, 2018). Sin embargo, también se conoció en el 2017 por medio del Diario Extra que el Sr. José Alberto Castro Otárola tuvo problemas con su finca por un acuerdo de crédito que realizó por medio de la Asociación Proagroin con el ya extinto Bancrédito (asumido por el BCR) (Méndez, 2017).

3) Piñas Orgánicas SOGO S.A.

Contacto: Luis Carlos González Miranda (luisgonza@ice.co.cr)

Localizada: La Virgen de Sarapiquí, Heredia

Certificada en ARAO en: Finca y Comercialización.

Área certificada: 141.63 ha (Piña y otros)

Agencia Certificadora: Kiwa BCS Costa Rica Limitada

Vencimiento de certificación: 6/18/2021

Está dirigida por Luis Carlos González y Rolando Soto. Exportan a través de terceros, por lo que todas sus ventas son a nivel nacional (Siwa Juices, 2020). La empresa Siwa Juices utilizan de sus piñas para los jugos que comercializan en el extranjero.

4) Golden Bio Fructus S.A.

Localizada: Pital, San Carlos, Alajuela

Certificada en ARAO en: Finca y Comercialización.

Área certificada: 91.4 ha (Solo Piña)

Agencia Certificadora: Kiwa BCS Costa Rica Limitada

Vencimiento de certificación: 5/30/2021

5) Agrícola Industrial la Lydia S.A.



Logo Agrícola Industrial La Lydia.

Fuente: www.costaricapineapple.com. Imagen solamente utilizada con fines académicos.

Contacto: Marco Hernández Aguilar (info@lalydia.co.cr)

Localizada: Pital, San Carlos, Alajuela

Certificada en ARAO en: Finca, Proceso, Comercialización, Exportación.

Área certificada: 80.30 ha (Solo Piña)

Agencia Certificadora: Kiwa BCS Costa Rica Limitada

Vencimiento de certificación: 11/29/2020

Desde el año 2005 son productores y exportadores de piña dorada fresca variedad MD2 (convencional y orgánica). Cuentan con un total de 700 ha y con planta de empaque. Sus marcas comerciales de piña son: YAZ, Eat Me Now y SWITI (Agrícola Industrial La Lydia,

2020). Su piña se ha exportado hacia Estados Unidos y Europa. Entre sus clientes se encuentran Pura Vida Farms, CA y Monte Sano LLC (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019).

6) Piñas Orgánicas del Bosque S.A (DOLE FRESH FRUIT CO)

Contacto: Keylor Chaves (Keylor.Chaves@dole.com)

Localizada: Sarapiquí, Heredia, San Carlos, y Río Cuarto, Alajuela.

Certificada en ARAO-SFE en: Finca, Comercialización y Exportación.

Área certificada: 687.89 ha (Solo Piña): Finca La Virgen (398.48), Finca EcoPiñas (269.40), Finca la Flor (20.01)

Agencia Certificadora: Eco-Lógica S.A.

Vencimiento de certificación: 12/9/2020

Otras empresas exportadoras de piña orgánica en Costa Rica:

También hay otros competidores directos que a pesar de no estar dentro de la lista más actualizada del ARAO también han exportado piña orgánica hacia mercados internacionales, y en específico a los Países Bajos. Entre ellos están:

7) Agronorte (GPO)

Según su sitio web es una asociación de 81 pequeños y medianos productores de piña a pequeña escala localizados en los cantones de Los Chiles, Upala, Guatuso, Pital y Sarapiquí; fundada en el 2001. La Asociación ofrece acompañamiento productivo para velar por el cumplimiento de los estándares de las certificaciones, y garantizar al productor espacios para

la venta de sus productos dentro de los mercados a los cuales tienen acceso. Sus certificaciones son en Fairtrade, Orgánico y Global Gap. Exporta al año alrededor de cinco o seis contenedores de piña tanto orgánica como convencional. Sus principales clientes se encuentran en EE. UU., Los Países Bajos e Italia los cuales distribuyen a supermercados como Whole Foods (EE. UU.), Coop (Suiza, Italia) y Sainsbury's, y Albert Heijn en Los Países Bajos. Han sido certificados por PRIMUSLABS. Su marca comercial es "Piña Oro" (Agronorte, 2020).



Logo Agronorte.

Fuente: www.agronortecr.com. Imagen solamente utilizada con fines académicos.

8) Asociación De Productores Bio Ecológicos del Norte (ProBio)

ProBio es una organización (GPO) de pequeños y medianos productores. Dedicada principalmente a la producción, empaque y exportación de piña convencional y orgánica. Cuentan con más de 600 hectáreas sembradas en la zona norte del país en Guatuso y Upala. Cuentan tanto con certificaciones orgánicas como de comercio justo. Han logrado colocarse en tiendas y supermercados de países como Estados Unidos, Holanda, Bélgica, Turquía, Alemania, así como también, en góndolas del continente asiático (ProBio, 2020). Entre el 2016-2019 ProBio realiza 48 exportaciones hacia los Países Bajos que incluyeron

cargamentos de piña orgánica (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019) (Anexo A). Aquí los últimos registrados que fueron en el 2017:

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2017-08-08	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-08-01	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	40085	40.1
2017-07-25	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40170	40.2
2017-07-18	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA ORGANICA-	20340	20.3
2017-07-11	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-07-05	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-06-13	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	20200	20.2
2017-06-06	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA ORGANICA-	19590	19.6
2017-06-02	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA ORGANICA-	20120	20.1
2017-05-30	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19499	19.5
2017-05-23	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	20135	20.1
2017-05-19	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA FRESCA-	19147.5	19.1
2017-05-16	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	20680	20.7

Ilustración 3. Exportaciones de Piña Orgánica 2017: Asociación De Productores Bio Ecológicos Del Norte

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

9) Itacu Corporation Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL):

Esta corporación está ubicada en Escazú, y es parte de la industria de mayoristas de productos frescos. Ha sido certificada por PRIMUS Auditing Ops en comercialización y exportación. Entre el 2016-2019 Itacu realiza 15 exportaciones hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)(Anexo B). Aquí los últimos registrados que fueron en el 2017:

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2017-02-23	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	43560	43.6
2017-02-17	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	43560	43.6
2017-02-10	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	66937.5	66.9
2017-02-03	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	66937.5	66.9
2017-01-27	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	21750	21.8
2017-01-21	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	61122.5	61.1
2017-01-13	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	62600	62.6
2017-01-03	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	20930	20.9

Ilustración 4. Exportaciones de Piña Orgánica 2017: Itacu Corporation Sociedad de Responsabilidad Limitada

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

10) LyL Proyectos MMV Sociedad Anónima (S.A.):

Empresa exportadora de piña convencional y orgánica se ubica en el Pital de San Carlos. Cuentan con más de 300 ha. Han sido certificados por PRIMUSLABS. Entre el 2016-2019 LyL Proyectos realizó 12 exportaciones hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019) (Anexo C). Aquí los últimos registrados que fueron en el 2017:

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	Tonnes
2017-09-28	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-09-20	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-09-12	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-09-06	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-08-28	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	16900	16.8
2017-08-14	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	40688	40.7
2017-08-14	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	3.1	0.0
2017-07-31	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804 30 00 0019	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40688	40.7
2017-07-28	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	3.1	0.0
2017-07-24	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	51175.38	51.2
2017-04-17	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	21003.11	21.0
2017-03-30	L Y L Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	43680	43.7

Ilustración 5. Exportaciones de Piña Orgánica 2017: L Y L Proyectos MMV SA

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

LyL Proyectos en su última exportación a los Países Bajos en la fecha 2017-09-28, el cargamento de piña orgánica fue de 20160 kg, con un valor de mercancía CIF de USD 18,480; el KG estaría en USD 0.91 (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019):

Shipment Details

Shipping Number	007561
Shipment Date	2017-09-28
Shipment Destination	Netherlands
Shipment Destination (Original Format)	HOLANDA (PAISES BAJO
Transport Method	Maritime
Customs Regime	ADUANA DE LIMÓN
Is Containerized	
Volume (TEU)	1.83
Gross Weight (kg)	22680
Net Weight (kg)	20160
Value of Goods, CIF (USD)	18480
Value of Goods, FOB (USD)	18480
Declaration Number	006-2017-161898

Company Details

Shipper	L Y L Proyectos Mmv SA
Shipper Tax Number	310141098003
Shipper Global HQ	
Shipper Domestic HQ	
Shipper Ultimate Parent	

Item 1

Declarant Name (Customs Agent)	
Tax ID Number (Declarant)	

HS Code	080430000011
Goods Shipped	PIÑA ORGANICA-
Item Quantity	1680
Gross Weight, Item (kg)	22680
Net Weight, Item (kg)	20160
Value of Goods, Item CIF (USD)	18480
Brand	SM
Serial Number	0001

Ilustración 6. Bill of lading 000-2017-161898 (Conocimiento de embarque): L Y L Proyectos MMV SA

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

11) Piña Pavón Sociedad Anónima (S.A.):

Empresa productora y exportadora de piña ubicada en El Pavón de Los Chiles, Alajuela. Entre el 2016-2019 Piña Pavón S.A. realizó 53 exportaciones hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019) (Anexo D). Aquí los últimos registrados que fueron en el 2019:

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2019-08-29	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2019-08-22	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	18952	19.0
2019-08-16	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	18952	19.0
2019-08-08	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-07-31	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-07-26	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	19112	19.1
2019-07-11	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	16216	16.2
2019-07-03	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2019-06-25	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-06-18	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0

Ilustración 7. Exportaciones de Piña Orgánica 2019: Piña Pavón SA

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

12) Nicoverde Sociedad Anónima (S.A.):



Logo de Nicoverde.

Fuente: Facebook de Nicoverde. Imagen solamente utilizada con fines académicos.

Productora y exportadora de piña convencional y orgánica. Es subsidiaria de la empresa italiana Nicofrutta fundada en 2017, cuenta con una planta empacadora de piñas en Pital de San Carlos, Alajuela. El cultivo es suplido por alrededor de 120 pequeños productores

vinculados a cooperativas y asociaciones ubicadas en la zona norte del país: La Cruz, Upala, Guatuso, Los Chiles, San Carlos y Sarapiquí (Nicoverde, 2020). La empresa proporciona asistencia técnica y capacitación a estos productores. Entre el 2016-2019 Nicoverde realizó 5 exportaciones hacia los Países Bajos de piña orgánica (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019) (Anexo E). Aquí los registrados en el 2019:

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2019-07-04	Nicoverde Sociedad Anonim	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-27	Nicoverde Sociedad Anonim	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-20	Nicoverde Sociedad Anonim	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-12	Nicoverde Sociedad Anonim	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-04	Nicoverde Sociedad Anonim	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.00	PIÑA ORGANICA	920	0.9

Ilustración 8. Exportaciones de Piña Orgánica 2019: Nicoverde Sociedad Anónima

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

Tabla 20. Competidores de Agrícola La Danta en Costa Rica

COOPEASSA RL (GPO)	Goso Orgánico S.A. Y Piñas Orgánicas SOGO S.A.	Finca José Alberto Castro	Golden Bio Fructus S.A.
Agrícola Industrial la Lydia S.A.	Piñas Orgánicas del Bosque S.A (DOLE FRESH FRUIT CO)	AGRONORTE (GPO)	Asociación De Productores Bio Ecológicos del Norte (ProBio)
Itacu Corporation SRL	LyL Proyectos MMV S.A.	Piña Pavón S.A.	Nicoverde S.A.

*Elaboración propia con datos del (ARAO SFE, 2020) y (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

3.3. Análisis FODA para la implementación de un plan de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos

Tabla 21. Análisis FODA

Fortalezas y Oportunidades

Fortalezas	Oportunidades
- La empresa cuenta con un liderazgo entrenado en temas agrícolas (Ingenieros agrónomos graduados de la EARTH), lo cual permite una perspectiva más amplia para desarrollar su finca y su proyección internacional. - La empresa produce muchos de sus insumos con elementos propios de la finca, lo cual le permite abaratar costos. - La finca cuenta con barreras naturales que ayudan a prevenir entrada de plagas a los cultivos (más de la mitad de la finca son áreas de conservación de bosque) - Evalúan sus procesos y cultivos, los ajustan por medio de parámetros productivos y de control de calidad,	- El mercado orgánico está en crecimiento a mayor ritmo en los países desarrollados los cuales cuentan con mayor nivel adquisitivo y pueden ofrecer un mejor pago por productos orgánicos. - Costa Rica continúa siendo el principal exportador de piñas hacia la Unión Europea, lo cual nos da una ventaja competitiva como país para también comercializar la piña orgánica (la UE no cuenta con producción local de piña, por lo que depende completamente de las importaciones). - A pesar de que el mercado de la piña está dominado principalmente por transnacionales, la diferenciación (producción orgánica) de un

Fortalezas	Oportunidades
esto permite estar mejorando continuamente la técnica y los resultados de la producción. - Al ser una empresa pequeña no transnacional ofrece mayor atractivo para compradores internacionales, ya que muchos consumidores finales están interesados en ayudar al pequeño empresario. - Cuenta con un producto de calidad, ya previamente certificado en el pasado. - La empresa actualmente está especializada en producción orgánica, lo cual además de evitar riesgo de contaminación y garantiza aún más la calidad de su producción. - Posibilidad de ampliar la variedad de su oferta de cultivos orgánicos.	producto consolidado como la piña es un nicho importante de explotar. El porcentaje de producción de piñas orgánicas a nivel mundial es aún muy bajo en relación con la piña convencional, el estar presente en esta etapa aun temprana puede ser una ventaja competitiva para consolidarse en el mercado. - Existen otras empresas nacionales que han exportado piña orgánica a los Países Bajos, lo cual ofrece aún mayor credibilidad a la piña orgánica desde Costa Rica. - Exposición mediática: Los problemas que generan los residuos de pesticidas de las piñeras contaminando ríos son constantemente publicados por la prensa nacional e internacional, dándole aún más relevancia y publicidad a las alternativas orgánicas como solución al problema. - El acuerdo comercial con la Unión Europea sigue vigente.

Fortalezas	Oportunidades
	- Existe un marco legal e institucional específico para la agricultura orgánica, así como instituciones encargadas de su implementación. - Costa Rica sigue siendo considerado con estatus de “tercer país” frente a la UE para comercializar productos orgánicos, este respaldo formal es de gran valor para ingresar a este mercado.

*Elaboración propia.

Debilidades y Amenazas

Debilidades	Amenazas
- No cuenta con amplia experiencia en exportación, ya solo ha tenido una experiencia por medio de un intermediario. - No cuenta con amplio conocimiento del mercado europeo. - No forma parte de ninguna cooperativa u asociación, por lo que puede verse limitada a recibir oportunidades de financiamientos, capacitaciones, programas de	- Poco incentivo estatal: A pesar de esfuerzos importantes (para darle estructura formal a la producción orgánica), el apoyo institucional para incentivar la producción orgánica es aún muy limitado, lo cual explica que solo represente el 1,6% de la producción total. A falta de políticas agrícolas más efectivas y apoyo estatal, puede que sea más

incentivos, acceso a mercados u otras oportunidades que si son ofrecidas a asociados. - Existen competencia directa de parte de empresas costarricenses que han exportado al mercado de los Países Bajos, las cuales cuentan con mayor experiencia en ese mercado.	retador mantenerse en el mercado orgánico (se ocupa más capacitaciones, innovaciones, financiamientos). - También hay falta de apoyo en el sector privado para invertir aún más en producción orgánica. - La producción orgánica es más cara en relación con la convencional, por lo que, para recuperar la inversión, se necesita encontrar los compradores correctos. - El posible aumento de producción de piña orgánica por parte de las empresas transnacionales puede ser un riesgo para pequeños productores. - El aumento de la capacidad producción orgánica en China puede también ser un riesgo para Costa Rica. - La venta ilegal de productos convencionales etiquetados como orgánicos afecta los esfuerzos de los productores orgánicos certificados. - La contaminación con droga de las cargas dirigidas al mercado
---	--

	europeo, principalmente en productos como la piña es una amenaza muy importante por los perjuicios económicos y de imagen que la empresa tendría.
--	---

*Elaboración propia.

3.4. Análisis de la logística de proceso de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta hacia los Países Bajos

3.4.1. Medios de agrupación para la producción y exportación

La empresa Agrícola La Danta tiene la oportunidad de aliarse con otros que estén en cercanía y certificarse grupalmente para exportar su producto orgánico. Esta opción se llama Grupo de Productores Organizados (GPO), los cuales buscan ser certificados como orgánicos por una agencia certificadora en forma grupal con el fin de compartir costos y conocimiento. La certificación implica que la agencia considere al grupo capaz de asegurar internamente la integridad orgánica del producto que proviene de las unidades productivas a las cuales representa. La agencia certifica al GPO, no así a los miembros en forma individual. Los miembros deben tener zona geográfica, manejo, cultivos y canal de comercialización comunes. Deben formar una Administración Central (AC) responsable del cumplimiento de la normativa del Reglamento sobre la Agricultura Orgánica No. 29782-MAG. La AC responde ante la agencia certificadora y al ARAO. La AC debe establecer y ejecutar un Sistema Interno de Control (SIC) que sea responsable del seguimiento y capacitación de los productores.

3.4.2. Establecer aranceles

Costa Rica pertenece al Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE), donde goza de preferencias arancelarias en la UE. La UE cuenta con el portal Export

Helpdesk³⁰, en el que se pueden verificar aranceles, impuestos internos, requisitos, acuerdos preferenciales, contingentes y estadísticas (PROCOMER, 2017, pág. 263).

La piña fresca (convencional y orgánica) está dentro de la Categoría de desgravación arancelaria A en el AACUE lo cual significa que, en el momento de entrada en vigor del Tratado, la misma entró en libre comercio (sin arancel) a la Unión Europea. Sin embargo, es importante considerar que los Países Bajos cuentan con un impuesto interno de impuesto de valor agregado conocido como VAT (value added tax) del 9%.

En relación con un impuesto de exportación de parte de Costa Rica, la piña fresca se encuentra exenta, únicamente el café, el banano y el ganado en pie deben pagar un impuesto de exportación (PROCOMER, 2017).

3.4.3. Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE)

La Unión Europea (UE) ha establecido relaciones comerciales y de inversión con los países no pertenecientes a la UE. La política comercial es jurisdicción exclusiva de la UE, por lo que los estados miembros de manera individual no pueden legislar por su cuenta a nivel comercial ni realizar acuerdos comerciales con otros países no pertenecientes a la UE. Esta competencia exclusiva incluye tanto comercio de bienes, servicios, aspectos comerciales de propiedad intelectual e inversión extranjera directa.

30 www.trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/

Según el documento explicativo del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX) el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica (CA) y la Unión Europea (UE) conocido por sus siglas como AACUE regula las relaciones entre ambas regiones en tres pilares: diálogo político, cooperación y comercial, con la creación de una zona de libre comercio entre las regiones. El acuerdo entró en vigor en el caso de Costa Rica a partir del 1 de octubre del 2013. Para Costa Rica era importante establecer una zona de libre comercio que pudiera eliminar de manera inmediata la mayor cantidad de aranceles y barreras no arancelarias que afectaban el ingreso de exportaciones nacionales hacia la UE así como para mejorar la oferta exportable hacia ese mercado de más de 500 millones de consumidores, los cuales en su mayoría cuentan con alto poder adquisitivo.

Por otro lado, con el Acuerdo se buscó establecer mecanismos que permitan una transición gradual de los productos nacionales considerados sensibles a la competencia externa debido a las diferencias de tamaño y desarrollo de ambas regiones. Además, tiene el objetivo de facilitar el comercio de mercancías, por medio de disposiciones acordadas referentes a las aduanas, las normas, los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación, medidas sanitarias y fitosanitarias, con el fin de que exista un acceso transparente de información sobre las mismas y no sean discriminatorias, para así promover el comercio justo entre las Partes. El pilar de cooperación busca fomentar y aumentar el comercio bilateral de productos de pesca, acuicultura, bienes artesanales y productos orgánicos por medio de programas de cooperación y asistencia técnica.

Al entrar en vigor el acuerdo, la UE desgravó de forma inmediata un 91.7% de todos sus aranceles, un 3.7% se desgravaría entre 3 y 7 años, un 0.8% entrarían con contingentes y el resto de 3.8% quedaría excluido. En cambio, CA desgravo de forma inmediata un 47.9% de

los aranceles, un 7.4% se desgravaría en plazos de 5 a 7 años, un 36.3% en 10 años, un 4.1% entre 13 y 15 años, un 0.3% recibe acceso preferencial mediante contingentes, y el restante 3.9% quedaría excluido. La piña fresca (fresca y convencional) está dentro de la Categoría A en el AACUE lo cual significa que, en el momento de entrada en vigor del tratado, la misma entro en libre comercio (sin arancel) a la Unión Europea.

Dentro del acuerdo se establece un marco jurídico de “Comercio y Desarrollo Sostenible”, que promueve que el intercambio comercial entre CA y UE contribuya a lograr los objetivos del desarrollo sostenible. En el marco se establecen normas sobre los estándares y acuerdos medioambientales multilaterales, comercio justo para protección a los trabajadores, cooperación y asistencia técnica (*se acuerda brindar apoyo a áreas como la agricultura orgánica y producción sostenible en general*), entre otros.

Para lograr los objetivos del desarrollo sostenible se busca promover tres pilares: el económico, el social y el ambiental. El pilar ambiental en específico busca proteger la capa de ozono de sustancias agotadoras, control entre fronteras del transporte de desechos peligrosos, especies amenazadas de flora y fauna silvestres, diversidad biológica, seguridad de la biotecnología, cambios climáticos, control en el uso ciertos plaguicidas y productos químicos peligrosos objeto de comercio internacional entre otros. El Acuerdo compromete a que tanto la UE como CA buscarán formas para facilitar e incentivar la inversión extranjera directa de tecnologías y servicios amigables con el ambiente, el uso productos y servicios que implementen energías renovables y eficientes, comercio de productos que busquen la sostenibilidad, el uso de eco etiquetado y la producción orgánica y otros.

3.4.4. Registro de exportador ante PROCOMER y MAG

PROCOMER:

Agrícola La Danta debe registrarse como exportador ante PROCOMER a través del Sistema de Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE 2.0), realizando el Registro Único de Exportador (RUE), siguiendo estos pasos:

1) Registrarse en el sistema de VUCE (Anexo F):

Una persona física representante legal de Agrícola la Danta ingresa la información (utilizando firma digital) en el formulario que será validado por PROCOMER y al ser aprobado recibirá un correo con una contraseña temporal para activar la cuenta y luego podrá cambiar la contraseña una vez que ingrese. Se realiza el Registro Único de Exportador (RUE) con la contraseña temporal.

2) Registro de Exportador (Anexo G):

Una vez que ingrese al sistema lo llevará a una nueva página que tendrá disponible un botón de “Registro de Exportador”. Al presionar el botón de Registro de Exportador aparecerá en la ventana una opción de un botón llamado “Nuevo Buscar”. Y este botón ingresará a la página de “Registro Único de Exportadores” (RUE), donde le pedirá ingresar el número de identificación de la persona física o jurídica que desea registrar como exportador y al presionar “buscar” le desplegará una lista donde podrá escoger “Registrar” en la primera opción de PROCOMER. Una vez seleccionada la opción, se abrirá a una nueva ventana donde se ingresará información de datos generales de los representantes legales de Agrícola La Danta. En esa misma ventana se indicará la actividad y el producto de exportación. También en la siguiente casilla se solicitará datos personales de Agrícola La Danta (se debe adjuntar la Personería Jurídica notarial o registral en documento original presentado por una

certificación digital comprobado por el Registro Nacional Público (RNP) o se puede adjuntar una imagen de la personería jurídica notarial) .

3) *Revisión de la Solicitud*: una vez enviado el formulario de RUE, será revisado por PROCOMER y esperar respuesta que generalmente se da el mismo día. Esta notificación llegará por medio de correo electrónico y estará disponible al ingresar al sistema VUCE.

MAG

Agrícola la Danta deberá certificarse y registrarse como operador orgánico y con ello obtener el “certificado de exportación de producto orgánico” (Nota técnica 390) (ver punto 3.1.)

3.4.5. Selección de medio de transporte internacional

El medio de transporte recomendado es el marítimo, ya que además de ser el más utilizado para el transporte de frutas frescas, es la opción menos costosa y pueden enviar mayores volúmenes del producto. Se selecciona un puerto con ruta al océano Atlántico para llegar a Europa, el puerto seleccionado de salida es Puerto Moín, que es operado por APM terminals, y el puerto de destino recomendado en los Países Bajos es el Puerto de Rotterdam, que es uno de los más importantes y más utilizado por los transportistas marítimos que operan desde Costa Rica.

Para el transporte de piña orgánica es necesario el uso de contenedores refrigerados de 40 pies. Las piñas orgánicas frescas deberán transportarse en contenedores refrigerados o de

atmósfera controlada de entre 8-10 grados centígrados y una humedad relativa entre 85%-95%, ya que debe garantizar que se mantengan las condiciones perfectas en toda la cadena de suministro, con temperatura controlada desde la cosecha hasta el consumo del producto (Cargo and Handbook, 2020). El porcentaje de ventilación deberá ser de 90%-95%. Agrícola La Danta deberá verificar que los productos se carguen y enfríen correctamente durante el envío y también deberá confirmar que no se le aplique fumigación alguna durante el transporte a la mercancía (es una práctica que puede ser aplicada por la empresa transportadora), ya que esto puede afectar la integridad orgánica de la piña. Es importante comentar que actualmente existen tecnologías con sensores que ofrece el operador logístico para medir las temperaturas durante el envío, sin embargo, conlleva un gasto extra, pero es una opción para tener aún más control de la exportación.

3.4.6. Oferta de operadores de logística para el transporte internacional de piña orgánica a los Países Bajos

Según la información analizada de diferentes oferentes que se encuentran dentro del Sistema Integrado de Logística (SIL) de PROCOMER, se seleccionaron como posibles opciones los siguientes operadores logísticos para el transporte internacional de piña orgánica desde Puerto Moín, hacia el Puerto de Rotterdam:

Tabla 22. Operadores logísticos para el transporte internacional de piña orgánica desde Puerto Moín, hacia el Puerto de Rotterdam:

OPERADOR LOGÍSTICO	SERVICIOS	CONTACTO
CMA CGM Costa Rica S.A. <i>*Representan compañía naviera CMA CGM</i>	Transporte puerta a puerta Logística de toda carga (seca, refrigerada y proyecto, y otras). -Entre otros	Dirección: Oficentro La Virgen, - Torre 8, Piso 7 PAVAS, SJ Web: www.cma-cgm.com/local/costarica-agencies/about-us Email: snj.genmbox@cma-cgm.com
MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY COSTA RICA S.R.L <i>*Representan a compañía naviera MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY</i>	- Servicios de comercio cargo en seco, carga refrigerada, carga de proyecto - Soluciones de transporte y transporte intermodal. - Soluciones de almacenamiento. - Comercio cruzado. - Despacho de aduanas - Deportación de terminales portuarias - remolques de carga	Dirección: la Uruca de autos KIA 200 sur, 100 este y 50 sur Edificio Cerro Urrek Web: www.msc.com/cri Email: cri-info@msc.com
MILESTONE FRESH COSTA RICA S.R.L	- Milestone ofrece servicios especializados en frutas y vegetales frescos, plantas y flores frescas y otros perecederos.	Dirección: Oficentro Terrum, Oficinas 7,8, Barrio Fátima, Alajuela Web: www.milestonecostarica.com/ Email: operations@milestonecostarica.com

OPERADOR LOGÍSTICO	SERVICIOS	CONTACTO
	Gama completa de servicios integrados de logística - Océano y aire - Aduanas Brokeridge - Camionaje - Almacenaje - Cadena de frío	
Seatrade Costa Rica S.A Streamlines N.V <i>*Representan a compañía naviera SEATRADE</i>	- Agencia y representación de logística puerta a puerta de carga refrigerada - Representación comercial control de carga y revisión - Depósito de contenedores y reparación piezas de repuesto para embarcaciones	Multicentro Paco, carretera vieja a Santa Ana, 150 metros oeste, Edificio Spazio Ejecutivo, oficina 6, planta baja. Web: www.seatradecostarica.com Email: pieter.hartog@cr.seatrade.com

*Elaboración propia con datos del SIL de PROCOMER y los sitios web de cada operador logístico.

3.4.7. Precio de venta

Para establecer el precio de venta para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta que será exportada a los Países Bajos se deberán analizar tanto los costos relacionados con la producción, así como los relacionados con su exportación y debe tomarse en cuenta los precios de mercado establecidos con el fin de mantenerse competitivos.

PRODUCCIÓN

En un reporte de la institución “EcoAgriculture Partners” de Washington, Estados Unidos, en el año 2011, los autores identificaron que los costos de producción orgánica de piña son de al menos el 25% superior en comparación con la producción convencional (Kellon, León, & Marsh, 2011, pág. 11).

Tabla 23. Costo básico de producción para la piña convencional y la piña orgánica MD-2

Componente	Costo USD/HA	
	<u>Convencional</u>	<u>Orgánico</u>
Equipo (labranza, spray, cosecha)	4,241	4,054
Insumos (fertilizadores, pesticidas, maduradores, semillas)	8,631	15,258
Fuerza de trabajo	5,696	4,158

Componente	Costo USD/HA	
Otros (transporte, alquiler de tierra, etc.)	1,652	1,511
Total	20,220	24,981

*Fuente: (Kellon, León, & Marsh, 2011, pág. 11).

** Datos también fueron confirmados como precisos por Agrícola La Danta.

EXPORTACIÓN

El Sistema Integrado de Logística (SIL) de PROCOMER identifica los siguientes costos asociados al proceso de exportación, que mucho va a depender del INCOTERM acordado entre las partes (PROCOMER, 2017, pág. 33). A nivel general estos son los costos más importantes que deben considerarse en cada etapa:

Costos pre-embarque (País exportador):

- Administrativos
- Inventario
- Unitarización (embalaje)
- Manipuleo local exportador
- Cargar la unidad de transporte
- Trámites de exportación
- Transporte hasta el punto de embarque
- Almacenamiento
- Manipuleo de embarque
- Bancario
- Seguro de la carga (en caso de que se solicite)

- Operador logístico

Costos de Tránsito internacional:

- Transporte internacional

Costos post embarque (País importador):

- Manipuleo de desembarque
- Transporte al lugar convenido con el comprador
- Almacenamiento
- Trámites de importación y operativos
- Pago de derechos arancelarios e impuestos internos
- Descargo de la mercancía en el lugar convenido
- Seguro de la carga (en caso de que se solicite)
- Operador logístico

PRECIOS DE MERCADO Y COMPETENCIA

Los precios indicativos al consumidor de la piña en la UE (basados en precios al detalle en supermercados) son los siguientes (CBI, 2018):

- Tamaño normal pequeño y mediano: 1,50-2,50 € por unidad
- Variedades especiales o más grandes: 2-7 € por unidad
- Piña orgánica: precio de venta hasta un 50% más alto

- Piña de comercio justo: precio minorista hasta un 50% más alto
- Piña recién cortada: 7–10 € por kilogramo (empaquetada de 100–500 gramos)
- Piñas en conserva: 0,50–4 € por kg (200–500 gramos por unidad)

El desglose de los precios al consumidor de la piña en Europa:



*Elaboración propia con datos de (CBI, 2018).

De acuerdo a los precios de venta obtenidos del análisis de la competencia se toma como referencia la empresa Lyl Proyectos MMV Sociedad Anónima (S.A.), la cual a pesar de ser más grande en tamaño que la empresa Agrícola La Danta ya que también produce piña convencional, presenta características similares de ubicación, además ha destinado importante número de exportaciones a Países Bajos, destino de interés para Agrícola La Danta. Analizando el peso de cargamento y el valor total de la mercancía en su última exportación a los Países Bajos (que se pudo obtener) en la fecha 2017-09-28, el cargamento de piña orgánica fue de 20160 kg, con un valor de mercancía CIF de USD 18,480 (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019) sus últimas cuatro exportaciones (que se pudieron obtener) tuvieron también el mismo valor de venta (Anexo C). Por lo anterior se pagó USD 0.91 por kilogramo de producto.

3.4.8. Determinar la clasificación arancelaria

El código arancelario de Sistema Armonizado y descripción de la piña a nivel mundial es:

- Sub Partida: 0804.30. Producto: Piñas frescas o secas

Sin embargo, dependiendo del país o región pueden clasificar el producto utilizando un código de 8 o más dígitos, con el fin de hacer una clasificación más específica de la mercancía que entra por los puertos. En el caso de los Países Bajos también se clasifica como:

- Codificación arancelaria: 0804.30.00. Producto: Piñas frescas o secas

Y en Costa Rica se puede clasificar también como:

- Codificación arancelaria: 0804.30.00.10.00. Producto: Piñas frescas o secas: Frescas
- Codificación arancelaria: 0804.30.00.11.00. Producto: Piñas frescas o secas: Certificado como orgánico
- Codificación arancelaria: 0804.30.00.19.00. Producto: Piñas frescas o secas: Las demás
- Codificación arancelaria: 0804.30.00.20.00. Producto: Piñas frescas o secas: Secas

3.4.9. Establecer INCOTERM

Los INCOTERMS más aceptados para frutas y verduras frescas hacia la UE son CIF, FOB, y ExWorks (CBI Tips for organizing your export of fresh fruit and vegetables to Europe., 2020).

Para el caso de Agrícola La Danta, debe seleccionar el INCOTERM CIF, ya que esto le puede ayudar a negociar un mejor precio de venta y tener mayor control de la exportación hasta que llegue a puerto de destino. A pesar de que Agrícola La Danta no cuenta con tanta experiencia de exportación, realizar este trámite completo de carga, el flete terrestre, gestiones pre-embarque y el transporte marítimo le permitirá tener más confianza, ya que desarrollará mayor conocimiento para próximas exportaciones y además obteniendo un seguro le ayudará a protegerse de cualquier contingencia.

3.4.10. Selección de seguros

El INCOTERM CIF recomendado requiere a Agrícola La Danta optar por un seguro mínimo que cubra el trayecto de la mercancía desde el embarque en el Puerto Moín hasta el Puerto de Rotterdam. Agrícola La Danta debe además protegerse con un seguro de exportación por los incumplimientos de parte del comprador.

- Marítimo y de carga: obligado por el INCOTERM CIF
- Exportación: para proteger a Agrícola La Danta contra el impago o incumplimiento de comprador.

3.4.11. Embalaje para la piña orgánica

En el embalaje para el transporte internacional de frutas y verduras frescas se utilizan cajas y tarimas. Esto hará más sencillo la manipulación y el transporte, ya que se hará un solo bulto y por lo tanto una sola unidad de carga, y a esto se le denomina “unitarización” (es necesario que las cajas sean de las mismas dimensiones, se distribuyan por toda la superficie de la tarima y se utilicen flejes, plásticos para consolidar la tarima) (PROCOMER, 2017, pág. 10). En la UE el embalaje que se utiliza para comercializar productos debe cumplir con los requisitos generales que tienen como objetivo la protección del medio ambiente, así como las disposiciones específicas diseñadas para prevenir cualquier riesgo para la salud de los consumidores (debe cumplir con las normas de la UE No. 1935/2004). Las cajas y tarimas deben estar etiquetadas (rotuladas) para que sean rastreables. La tendencia en la UE es contar con el uso de materiales respetuosos con el ambiente utilizados en el embalaje de los productos (CBI Tips for organizing your export of fresh fruit and vegetables to Europe., 2020). La mayoría de las piñas frescas se envasan en cajas que contienen de 5 a 10 piñas, con un peso neto de aproximadamente 12 kilogramos (CBI Fresh fruit vegetables, pineapple, 2018).

Las cajas deben ser de fibra de cartón (kraft) ondulado, deben estar limpias y lo suficientemente fuertes para proteger la integridad de las piñas enfrentándose con posibles impactos, presión, compresión, vibraciones y condiciones de temperatura y humedad (UNECE , 2017). Las cajas deben contar con orificios para que circule el aire. Utilizar solamente adhesivos a base de almidón (ITC, 2012). Deben medir aproximadamente 60 (largo) x 40 (ancho) x 16 cm (altura), de aproximadamente 1.5 kg de peso.

El material de las tarimas más utilizado es la madera, se debe verificar que sean certificadas y cumplan con la Normativa de Medida Fitosanitaria Número 15 (NIMF-15) de la FAO. En el comercio internacional las más utilizadas son la europea de medidas 1x1.20 metros, y la

americana 0.8x1.20 metros. Las tarimas europeas pueden soportar una carga de 1.000 kg sin sufrir cambios en su estructura. El peso aproximado de la tarima ronda los 25 kg.

Un contenedor de piña generalmente sostiene un aproximado de 21 tarimas europeas, que a su vez sostienen un mínimo de 1500 cajas (CBI, 2014, pág. 2).

3.4.12. Etiquetado para los productos que ingresan a la Unión Europea

Es necesario para el etiquetado de la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta cumplir con los requisitos en el Reglamento UE No.1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y Reglamento UE No. 543/2011 sobre las disposiciones específicas en los sectores de las frutas y hortalizas y de las frutas y hortalizas transformadas.

Los requisitos de etiquetado sobre los paquetes comerciales que contienen frutas frescas sueltas que puedan estar cubiertas por papel, cartón, papel aluminio debe incluir siguiente:

Tabla 24. Los requisitos de etiquetado sobre los paquetes comerciales que contienen frutas frescas sueltas que puedan estar cubiertas por papel, cartón, papel aluminio

Requisito	Detalle
<i>Naturaleza del producto (Nombre del producto reglamentado):</i>	Debe utilizarse un nombre común y general, que describa la naturaleza del producto (en caso de que el contenido no sea visible desde el exterior).
<i>Idioma:</i>	El texto escrito debe estar en uno de los idiomas oficiales de un estado miembro de

Requisito	Detalle
	la UE y sea comprensible para el consumidor.
<i>Tamaño mínimo de la fuente:</i>	No existe regulación en cuanto al tamaño mínimo del texto.
<i>País de origen:</i>	El nombre completo del país de origen debe declararse en la etiqueta del paquete.
<i>Identificación del emparador u otras partes relevantes:</i>	Se debe declarar el nombre y dirección (esto opcionalmente puede ser reemplazado por el registro de marca de código oficialmente reconocida por la autoridad nacional del país, siempre y cuando el país figura en la base de datos del UNECE). ³¹
<i>Cantidad (Contenido neto expresado como número de unidades o peso neto):</i>	El tamaño de los productos a los que se aplican de acuerdo con las normas de comercialización específicas (UNECE).
<i>Fechas de vencimiento:</i>	No se aplica para frutas ni verduras frescas
<i>Número de lote:</i>	Una identificación de parte de la producción es obligatoria en el paquete comercial (cartón, caja, etc.).
<i>Declaración alérgica:</i>	No aplica para estos paquetes comerciales.

31 El Registro de marcas de código de la UNECE contiene información sobre marcas de código reconocidas oficialmente por las autoridades nacionales para las exportaciones de frutas y verduras frescas. Incluye la información de contacto de las autoridades nacionales pertinentes, así como explicaciones sobre la estructura de las marcas de código y fotografías. Costa Rica está en la lista UNECE, reconociendo al SFE como autoridad competente para entregar estos códigos a los exportadores. El código a utilizar utiliza el formato consecutivo de EXP-MAG-####.

Requisito	Detalle
<i>Declaración de valor nutricional:</i>	No aplicable para frutas frescas.
Lista de ingredientes:	No aplicable para frutas frescas.
<i>Aditivos:</i>	No aplica para paquetes comerciales de frutas frescas.
<i>Tratamiento poscosecha:</i>	Agentes antimoho agregados en un tratamiento poscosecha deben mencionarse solamente para frutas cítricas.
<i>Atmósfera protectora:</i>	No se aplica para paquetes comerciales de frutas frescas.
<i>Información dependiente de cada producto:</i>	Para las frutas se aplican normas de comercialización específicas, donde se debe indicar información adicional sobre el tamaño de la clase de calidad, la variedad o tipo comercial, entre otros. Con el estándar de producto específico de la UNECE.

*Elaboración propia con datos de reglamento UE No.1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y reglamento UE No. 543/2011 sobre las disposiciones específicas en los sectores de las frutas y hortalizas y de las frutas y hortalizas transformadas, basado en el estudio (GS1 UE, 2020).

Las etiquetas no deben contener tinta o pegamento tóxico. Además de la información obligatoria, es importante incluir información útil como logotipos u otros especiales requeridos por el comprador. La tendencia en la UE es contar con el uso de materiales respetuosos con el ambiente utilizados en el etiquetado de los productos (CBI, 2020).

3.2.12.1. Uso del logotipo de la Unión Europea para productos orgánicos

Con el fin de garantizar a los consumidores la transparencia en el mercado de la UE, se hará uso obligatorio del Logotipo UE a todos los alimentos orgánicos envasados producidos en la UE. Y deberá ser utilizado de forma voluntaria este logotipo a productos orgánicos sin envasar producidos en la UE y productos orgánicos importados de un “tercer país”.

Todos los productos que hayan cumplido con lo establecido en la legislación de la UE sobre la producción orgánica podrán utilizar en su etiqueta y publicidad términos que induzcan a los métodos de producción orgánica (ej. “Bio”, “Eco”).

El Logotipo podrá utilizarse en el etiquetado, presentación y publicidad de los productos. Pueden utilizarse logotipos nacionales o privado en el etiquetado, presentación y publicidad siempre que cumplan con los requisitos de los Reglamentos. El Logotipo UE es el siguiente:



Ilustración 9. Logotipo Orgánico de la UE

Fuente: (Comisión Europea)

Indicaciones obligatorias en las etiquetas³²: Estas indicaciones irán en un lugar destacado, visible, legible e indeleble. Sin embargo, no figurará en un color, tamaño, ni estilo de impresión que destaque sobre la denominación de la venta del producto:

El código numérico de la autoridad u organismo de control. En donde se expresa de la siguiente manera: Ejemplo: AB-CDE-999, en donde:

- AB: Es un acrónimo que identifica al país del cual proviene el producto conforme a la norma internacional ISO 3166 para los códigos de dos letras de los países.
- CDE: Es un término de tres letras que establece un vínculo con el método de producción ecológica tales como “bio” y “eco”, etc.
- 999: Es el número de referencia atribuido por la autoridad competente (agencia certificadora), indicado en un máximo de tres dígitos.

Para Costa Rica se utilizaría por ejemplo en caso de que se utilice la agencia certificadora “Eco-Lógica” el código es: CR-BIO-003 ³³

Nota: En caso de que se utilice el Logotipo de la UE, el código se colocará inmediatamente debajo del mismo.

Cuando se utilice el logotipo de la UE se deberá indicar el lugar donde se obtuvieron las materias primas agrarias que componen los productos. Y deberá indicarse de la siguiente manera:

- Agricultura UE: cuando sean obtenidas en la UE

³² https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/organic-logo-user-manual_es.pdf

³³ Página 32: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:02008R1235-20190409&from=EN>

- Agricultura no UE: cuando sean obtenidas de terceros países
- Agricultura UE/no UE: cuando una parte ha sido obtenida de la UE, y la otra parte de un tercer país.

Nota: La mención UE o no UE puede sustituirse por el nombre de un país. Ejemplo: Agricultura Costa Rica/ Costa Rica Agriculture (en lugar de Agricultura no UE/ Non-EU Agriculture)



Ilustración 10. Modelo de etiqueta ecológica en la EU

Fuente: (Comisión Europea)

3.4.13. Documentos para la exportación a la Unión Europea

Conocimiento de embarque³⁴

El conocimiento de embarque es un documento emitido por la compañía naviera ³⁵ al remitente operativo, que reconoce que la mercancía ha sido recibida a bordo. Sirve de prueba de la recepción de la mercancía por parte del transportista que le obliga a entregar la mercancía al destinatario. Este documento evidencia el contrato del medio de transporte, y la titularidad de las mercancías, lo que significa que el portador del conocimiento del embarque es el propietario de las mercancías (UE Trade Helpdesk, 2020).

Manifiesto de Carga³⁶

Es el contrato con el transportista y ampara el transporte de mercancías ante las distintas autoridades. A diferencia del conocimiento de embarque, el manifiesto de carga no es un documento de titularidad.

Factura Comercial

La factura comercial es un registro o evidencia de la transacción entre el exportador y el importador. Debe ir sin impuesto de ventas. Una vez que las mercancías están disponibles, el exportador emite una factura comercial al importador para cobrarle las mercancías. La factura comercial contiene información básica de la transacción y siempre es necesaria para el despacho en aduanas. Los datos mínimos que generalmente se incluyen son (UE Trade Helpdesk, 2020).

³⁴ Conocido también como “Guía de carga”, o en inglés “Bill of lading (B/L)”

³⁵ Si el transporte es aéreo se llama “Conocimiento aéreo”, o Airway Bill (AWB), si es por carretera se llama “Carta de porte por carretera (CMR)”

³⁶ Conocido también en inglés como “waybill”

- Información sobre el exportador y el importador (nombre y dirección)
- Fecha de emisión
- Número de factura
- Descripción de la mercancía (nombre, calidad, número de bultos, marcas, peso y medidas, etc.)
- Unidad de medida
- Cantidad de bienes
- Número de conocimiento de embarque
- Valor unitario
- Valor total del artículo
- Valor total de la factura y moneda de pago
- Las condiciones de pago (método y fecha de pago, descuentos, etc.)
- Los plazos de entrega según el Incoterm correspondiente
- Medio de transporte
- Otros datos más específicos que se pueden incluir son: Número de contenedor, puertos de salida y entrada, notación de país de origen y código arancelario armonizado, instrucciones de tránsito marítimo o aéreo: nombre de la embarcación o aeronave, número de factura de viaje o vía aérea, fecha de salida y fecha de llegada al destino.

Es importante presentar para la exportación tanto la factura original como una copia, ambas firmadas. La factura debe ser en inglés.

Declaración Única Aduanera de Exportación

Es un documento emitido por la Dirección General de Aduanas (DGA) de Costa Rica, tiene como objetivo presentar las descripciones, pesos, valores, clasificaciones arancelarias entre otros de los productos a exportar. Puede ser elaborada por una agencia aduanal o el mismo exportador mediante el sistema VUCE 2.0. PROCOMER ofrece una guía para realizar el DUA de exportación³⁷.

Certificado de Exportación de producto orgánico (Nota técnica 390)

En el caso de productos agrícola orgánicos se necesita emitir un “Certificado de Exportación de producto orgánico” (Nota técnica 390) por cada exportación que se realice (ver capítulo 3.1.).

Certificado de origen

Los productos que se exporten de Costa Rica a la Unión Europea deben ser considerados originarios para que gocen de los beneficios del AACUE. El certificado de origen es un documento mediante el cual se certifica que la mercancía exportada es originaria de Costa Rica. Se tramita ante PROCOMER mediante la plataforma VUCE 2.0. PROCOMER ofrece una guía para realizar el certificado de origen hacia la UE ³⁸.

Lista de empaque³⁹

La lista de empaque es un documento comercial que acompaña la factura comercial y los documentos de transporte. Tiene un valor de inventario de la carga entrante, proporcionando información sobre los artículos y los detalles de empaque de cada envío (peso, dimensiones, etc.). No tiene formato específico, pero generalmente incluye los siguientes datos (UE Trade Helpdesk, 2020):

37 https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/Instructivo-DUAS-exportaciones2020-02-20_19-44-59.pdf

38 <https://www.procomer.com/exportador/guia-para-exportar/certificaciones-de-origen/>

39 Conocido también en inglés como “Packing list (P/L)”

- Datos del exportador, el importador y la empresa de transporte
- Fecha de expedición
- Número de la factura de transporte
- Tipo de embalaje (bidón, jaula, cartón, caja, tonel, bolsa, etc.)
- Número de bultos
- Contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos en cada bulto)
- Marcas y numeración
- Peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos.

3.4.14. Requisitos de control de entrada de productos en la Unión Europea

Los productos que se importen a la UE estarán sujetos a controles oficiales para garantizar que cumplen con todos los requisitos reglamentarios aplicables. Hay tres tipos de controles que pueden ser realizados en cualquier etapa de la importación e inclusive cuando ya esté en venta en el mercado de la UE, los controles son: documentales, de identidad y físicos (CBI, 2020).

Los requisitos generales de entrada para la UE se dividen en los siguientes:

Tabla 25. Requisitos de entrada de productos para la UE

Requisitos	Detalle
Controles sanitarios:	Normas de higiene, seguridad química, seguridad biológica. Se basan en los Reglamentos: UE No.2017/625 (relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios) UE No. 315/93 (por el que se establecen procedimientos comunitarios en relación con los contaminantes presentes en los productos alimenticios) UE No. 1881/2006 (por el que se fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios), entre otros.
Etiquetado:	Ver capítulo 3.2.12.
Sanidad vegetal:	Control de plagas (embalaje de madera, certificado fitosanitario, u otros). Basándose en los Reglamentos: UE No. 1107/2009 (relativo a la comercialización de productos fitosanitarios) UE No. 296/2005 (relativo a los límites máximos de residuos de plaguicidas en alimentos y piensos de origen vegetal y animal), entre otros.

Requisitos	Detalle
Control de calidad comercial:	Estándares de calidad en frescura, tamaño, madurez, tolerancia, presentación, etiquetado, entre otros.
Trazabilidad:	Certificado de origen, conocimiento de embarque, certificado fitosanitario, lista de empaque, documentación aduanera.
Certificaciones especiales:	Certificaciones ambientales, sociales, orgánicas, entre otras.
Certificaciones (no obligatorias, pero usualmente solicitadas por los importadores):	De prácticas comunes de seguridad (HACCP, Global G.A.P, BRC),

*Elaboración propia con datos de (CBI, 2020).

CAPÍTULO IV. PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA PIÑA ORGÁNICA DE LA EMPRESA AGRÍCOLA LA DANTA HACIA LOS PAÍSES BAJOS

4.1. Forma de certificación orgánica

A pesar de que unirse a una GPO tiene importantes beneficios como los ya mencionados y que la GPO Agronorte preliminarmente sería una opción viable para la empresa Agrícola La Danta dado a su zona geográfica común, no aparece en las listas más recientes del ARAO como GPO certificada, a pesar de que han realizado exportaciones en el pasado a los Países Bajos; la empresa debe realizar la certificación y exportación de forma individual, ya que la empresa tiene la experiencia en lo que se necesita para obtener una certificación orgánica, y tiene sus terrenos dedicados a la producción solamente de piña lo cual le permite ofrecer volumen importante del producto a compradores. A pesar de que la empresa no cuenta con experiencia directa en un proceso de exportación, la implementación de este plan serviría de guía para iniciar el mismo.

4.2. Selección de agencia certificadora para la certificación orgánica

Agrícola La Danta debe continuar contratando los servicios de la agencia certificadora Ecológica S.A. (CR-BIO-003), ya que cuenta con acreditación vigente por parte de SFE, y es una empresa con mucha experiencia en el proceso de certificación orgánica en el país. El precio por el total del área productiva de piña orgánica (30 ha) se estima en USD 1700, calculando un costo por hectárea de USD 57. Sin embargo, de solo certificarse una hectárea el monto de certificación está en aproximadamente 600 USD (Saborío, 2017).

4.3. Fijación del precio de venta

El costo de producción de Agrícola la Danta es en promedio US\$25.000 por hectárea. Según los datos del perfil de la empresa, por hectárea se producen aproximadamente 55,555 frutos (de 1.8 kg aproximadamente), que corresponden a 99.99 TM, las cuales tendrían un costo de producción de USD 0.25 por kilogramo. Con la producción obtenida de una hectárea, es posible llenar al menos seis contenedores RF de 40 pies (que cargan aproximadamente 20-30 TM de peso), con un peso bruto aproximado por contenedor de 16.66 TM, a los cuales hay que agregarle el peso relacionado con el embalaje.

La empresa Agrícola La Danta debe fijar un precio de venta de exportación de acuerdo a los precios de venta obtenidos del análisis de la competencia tomando como referencia la empresa LyL Proyectos MMV Sociedad Anónima (S.A.), la cual a pesar de ser más grande en tamaño que la empresa Agrícola La Danta, presenta características similares de ubicación, además ha destinado importante número de exportaciones a Países Bajos, destino de interés para Agrícola La Danta. Analizando el peso de cargamento y el valor total de la mercancía en su última exportación a los Países Bajos (que se pudo obtener) en la fecha 2017-09-28, el cargamento de piña orgánica fue de 20160 kg, con un valor de mercancía CIF de USD 18,480 (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019) sus últimas cuatro exportaciones (que se pudieron obtener) tuvieron también el mismo valor de venta (Anexo C). Por lo anterior se instruye a la empresa establecer la venta en un precio de USD 0,91 por kilogramo de piña orgánica.

PRECIO DE VENTA

Precio por kg	USD 0.91 x kg
Precio por contenedor de 16,66 TM de producto	USD 15,166
Precio total por venta de 6 contenedores	USD 90,996.36

*Monto aproximado. Elaboración propia.

Es importante mencionar y aclarar que los precios de mercado son muy cambiantes y que previo a una exportación Agrícola La Danta deberá comparar su precio de venta en el mercado con el de sus competidores para establecer el precio de venta más óptimo.

4.4. Comprador

Agrícola La Danta debe seleccionar como comprador a la empresa Fairtrasa Holland, ya que es una empresa importadora en los Países Bajos especializada en el nicho de frutas y verduras orgánicas (incluyendo la piña orgánica) y cuentan con una presencia importante en Latinoamérica. Una ventaja competitiva para Agrícola La Danta es que de momento Fairtrasa Holland solo importa piña orgánica desde Costa de Marfil, no cuentan con proveedores en Costa Rica y según su representante José Cubero (Jefe de abastecimiento), si están interesados en piña desde Costa Rica, sin embargo no han logrado tener un contacto exitoso para consolidar la compraventa. Fairtrasa Holland no es una empresa tan grande que comercialice aún marcas transnacionales como Dole Orgánico, sino más bien buscan establecer alianzas comerciales con pequeños productores, promoviendo además de productos para proteger el ambiente (orgánicos), valores de “comercio justo” (Fairtrade). Cuentan con programas para apoyar a sus productores en materia de sistemas de calidad, certificaciones, logística marítima, procesos de importación, desarrollo del embalaje de distribución y el apoyo al marketing.

Tabla 26. Comprador recomendado para venta de piña orgánica de Agrícola La Danta

Fairtrasa Holland B.V. Contacto: José Cubero (Jefe de abastecimiento) Galgeweg 8 2691 MG 's-Gravenzande +31 174 291 600 holland@fairtrasa.nl jose.cubero@fairtrasa.nl www.fairtrasa.com	Exportadores e importadores de frutas orgánicas y comercio justo, principalmente desde América Latina, pero también de algunos países africanos. Su casa matriz está en Suiza, pero tiene sede en los Países Bajos. Trabajan con piña desde Costa de Marfil. Fairtrasa Holland ubicada en Gravenzande, Netherlands el cual está a 32 minutos del Puerto de Rotterdam.
---	---



Logo de Fairtrasa Holland.

Fuente: Sitio web oficial de Fairtrasa.com. Imagen solo usada con fines ilustrativos.

4.5. Operador logístico

Agrícola la Danta debe contratar a un operador logístico para realizar las gestiones del transporte de carga hacia el Puerto de Rotterdam. Se seleccionan entre las opciones a los operadores de Mediterranean Shipping Company Costa Rica S.R.L y Milestone Fresh Costa Rica S.R.L., ya que ambos trabajan y tienen experiencia de enviar cargamentos desde el Puerto de Moín hacia el Puerto de Rotterdam. Además, ambos muestran especialización en cargamentos refrigerados. Milestone Fresh cuenta con especialización específica en cargamentos de frutas, verduras, flores, plantas y otros productos perecederos.

Se solicitaron cotizaciones a ambos operadores logísticos con las siguientes especificaciones:

Tabla 27. Solicitud de cotización para costo de logística de transporte internacional

DATOS	
Nombre de la compañía bajo el cual se realiza el contrato	Agrícola La Danta
Nombre y dirección del exportador	La Virgen de Sarapiquí
Nombre y dirección del consignatario	Fairtrasa Holland B.V. Galgeweg 8 2691 MG 's-Gravenzande
RUTA	
Dirección del lugar de carga	La Virgen de Sarapiquí
Puerto de salida	Moín
Puerto de destino	Rotterdam
EQUIPO Y CARGA	
Tipo de equipo	Contenedor 40 pies RF
Volumen (cantidad semanal o mensual)	1 solo envío

Tipo de mercancía	Piña Orgánica
Valor de la carga	16,666 USD
Peso aproximado de la carga	21 TM
Temperatura (°C)	8C

*Elaboración propia

Se les solicitó el costo de:

- Tarifa flete terrestre local
- Tarifa marítima internacional
- Costos locales en el Puerto Moín

Tabla 28. Cotizaciones de los dos operadores logísticos de transporte internacional (pre-seleccionados)

Operador Logístico	Tarifa flete Terrestre	Tarifa Marítima:	Cargos locales en Puerto Moín:	Costo total
MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY COSTA RICA S.R.L (Anexo H): Tiempo de tránsito: 13 días	USD 595	USD 2210 *	Doc: USD 60 Seal: USD 10 Gate: USD 100 TCM: USD 55 **	USD 3030
MILESTONE FRESH COSTA RICA S.R.L (Anexo I): Tiempo de tránsito:	USD 525	USD 2,600 *	Adm: USD 21.3 Reefer: USD 10.86 Adm MSC-APM: USD 10 ***	USD 3167.16

14 días				
---------	--	--	--	--

*Elaboración propia

- Datos válidos al 31 de Octubre del 2020.

- Nota 1: los costos locales en Puerto Moín enviados por cada empresa son diferentes, ya que los rubros que especifican son de diferente naturaleza. Esto puede explicarse debido a que Milestone no representa a una naviera, por lo que en la tarifa que envía puede estar incluido los rubros que especifica Mediterranean.

* Precio por contenedor refrigerado de 21 TM. Tiempo libre de tomas eléctricas es 48 hrs.

** *Doc*: tarifa de documentación de flete cubre el costo que los operadores deben pagar a los transportistas.

Seal: tarifa de sello por tener que cambiar los sellos del contenedor o cualquier documentación relacionada con el sello del contenedor. *Gate*: Se aplica un recargo para las recolecciones de terminales que no están incluidas en el cargo por manejo de terminales. *TCM*: Terminal de contenedores x 2 días de servicio.

*** *Adm*: costos administrativos de Milestone por 2 días. *Refeer*: conector de refrigerado por 2 días. *Adm MSC-APM*: administración de la naviera Mediterranean Shipping Company (MSC) en la terminal APM.

Es importante mencionar y aclarar que los costos de fletes son muy cambiantes y que previo a una exportación Agrícola La Danta deberá comparar las opciones.

Agrícola La Danta debe contratar al operador logístico Milestone Fresh Costa Rica, (que también utiliza la compañía naviera Mediterranean Shipping Company MSC) porque su especialización en carga de frutas frescas le da un valor agregado a su servicio para la exportación de la Piña Orgánica de Agrícola La Danta hacia los Países Bajos, que requiere de estrictos controles para no contaminarse. Según varias cotizaciones en el mercado, los costos aproximados a los servicios relacionados de DUA, Certificado de Origen, despacho en aduanas son equivalentes a USD 150 por envío.

4.6. Presentación del producto

4.6.1. Embalaje

Para el embalaje de la carga de la piña orgánica de Agrícola La Danta se debe hacer por medio del uso de cajas de cartón corrugado (60 (largo) x 40 (ancho) x 16 cm (altura)) y tarimas

europas (pallets). Para llenar un contenedor de 40 pies RF se debe agrupar un mínimo de 6 piñas por cada caja. Se utilizarían 21 tarimas por contenedor, cada una sujetaría 80 cajas aproximadamente. El total de cajas serían 1680 por contenedor. El total de cajas para llenar 6 contenedores será de 10000 aproximadamente.

Según el perfil de la empresa Agrícola La Danta, sus piñas tienen un peso aproximado de 1.8 kg, lo cual quiere decir que cada caja tendrá un peso bruto de aproximado 10.8 kg y dado que el peso de la caja debería rondar los 1.5 kg, el peso neto por caja es de 12.3 kg aproximadamente. El peso de cada tarima es de 25 kg (525 kg para 21 tarimas). Por lo tanto, el peso neto por contenedor sería de 21.18 TM aproximadamente.

Tarimas: Se debe utilizar a la empresa “Madera y Tarimas Anchía”, que después de varias cotizaciones, se identificó que tienen la experiencia en entrega de tarimas tanto americanas y europeas con los requerimientos para la exportación con certificación de tratamiento térmico de la madera y sellos para exportación de las tarimas.

Tabla 29. Cotización de tarimas para embalaje

Madera y Tarimas Anchía	www.maderasytarimasanchia.com guillermo.a@maderasytarimascr.com (506) 8389-5941 o (506) 8915-2763 Costa Rica, San José, Santa Ana
Costo por 126 tarimas (para 6 contenedores) europeas 1x1.20 metros (Anexo L)	8500 colones por tarima
Total	1,071,000 colones (USD 1785 approx.)

*Elaboración propia

Cajas: Después de varias cotizaciones, se debe utilizar la empresa “Corrugados del Atlántico S.A.” por su servicio personalizado, experiencia en los requerimientos de la caja y su medida, y con rotulación específica.

Tabla 30. Cotización de cajas de empresa “Corrugados del Atlántico S.A.”

Corrugados del Atlántico SA  (Anexo M)	Lic. Rocío Padilla Sibaja rpadilla@codelasc.co.cr ventascl@corbel.co.cr Gerente de Ventas Tel. +506 2460-3738 Cel. +506 8383-3483
Costo por 10000 cajas rotuladas	USD 25,188.38

*Elaboración propia

PRODUCT DETAILS

DETAIL. ACHIEVEMENT QUALITY



Ilustración 11. Ejemplo de modelo de caja para la exportación de piña orgánica.

Fuente: <https://chinahxp.en.alibaba.com/>. Foto solo con fines ilustrativos

4.6.1.1. Rotulación en cajas

Cada caja deberá llevar los siguientes datos, marcado de forma legible e indeleble y visible desde el exterior.

Tabla 31. Rotulación en cajas para exportación

(En inglés, idioma recomendado para el ingreso a los Países Bajos)

Requisito	Detalle
<i>Identificación del empacador u otras partes relevantes:</i>	Finca Agrícola La Danta Costa Rica, Heredia, La Virgen de Sarapiquí, 4152-125 EXP-MAG-#### Costa Rica <i>(opcional)</i>
<i>Naturaleza del producto (Nombre del producto reglamentado):</i>	Fresh Pineapple Organic (Ananas comosus) MD-2 Variety (Golden) "With Crown"
<i>País de origen:</i>	Costa Rica La Virgen, Sarapiquí <i>(opcional)</i>
<i>Puerto de entrada</i>	Rotterdam Port, Ámsterdam

<i>Cantidad (Contenido neto expresado como número de unidades o peso neto):</i>	10.8 kg per carton
<i>Nombre de destinatario y dirección</i>	Fairtrasa Holland B.V. Galgeweg 8 2691 MG 's-Gravenzande
<i>Número de lote:</i>	####
<i>Especificaciones comerciales</i>	Clase I Should not be stored below 8C
<i>Pictogramas de manejo sugeridos</i> (PROCOMER, empaque y embalaje de un producto, 2017).	
<i>Logo de Marca comercial</i>	Agrícola La Danta
<i>Código numérico de la autoridad u organismo de control</i>	CR-BIO-003
<i>Logotipo de la UE</i>	
<i>Agricultura</i>	Costa Rica Agriculture

*Elaboración propia

4.6.2. Etiqueta

Agrícola La Danta debe realizar una etiqueta comercial que pueda estar impresa tanto en las cajas, pero además imprimir etiquetas individuales para cada piña orgánica (a pesar de que esto no sea obligatorio para productos frescos). La piña orgánica se ve físicamente igual a la piña convencional, por lo que debe resaltarse su valor agregado para que sea considerada de forma diferente frente al consumidor. La etiqueta deberá llevar como mínimo los siguientes datos:

Tabla 32. Información en etiqueta de piña orgánica

(En inglés, idioma recomendado para el ingreso a los Países Bajos)

Requisito	Detalle
<i>Identificación del emparador u otras partes relevantes:</i>	Finca Agrícola La Danta Costa Rica, Heredia, La Virgen de Sarapiquí, 4152-125
<i>Naturaleza del producto (Nombre del producto reglamentado):</i>	Fresh Pineapple Organic (Ananas comosus) MD-2 Variety (Golden)
<i>País de origen:</i>	Costa Rica
<i>Número de lote:</i>	####
<i>Especificaciones comerciales:</i>	Class I

Logo de Marca comercial:	Agrícola La Danta
Código numérico de la autoridad u organismo de control	CR-BIO-003
Logotipo de la Agencia Certificadora	
Logotipo de la UE	
Agricultura	Costa Rica Agriculture

* Elaboración propia

Agrícola La Danta debe utilizar la siguiente etiqueta:



Ilustración 12. Prototipo de Etiqueta para la exportación de piña orgánica de Agrícola La Danta.

Fuente: Elaboración propia

Producción de etiquetas:

Para la confección de etiquetas se selecciona a la empresa “Etipres S.A.” porque tienen experiencia en la producción masiva de etiquetas utilizadas por muchas empresas exportadoras. También cuentan con certificación de “Esencial Costa Rica”, lo cual respalda su calidad.

Tabla 33. Cotización de etiquetas

Etipres S.A.	www.etipres.com serviciocliente@etipres.com 2261-2345
Costo por 60000 etiquetas de full color tiro y una tinta retiro (10.5x 8.5) (Anexo N)	USD 3796.80

*Elaboración propia

4.7. INCOTERM CIF

CIF- Cost, Insurance and Freight: Agrícola La Danta es responsable de la mercancía hasta que ésta sea entregada a Fairtrasa Holland en el puerto de destino. Agrícola La Danta deberá correr por los gastos y gestiones de los trámites de exportación, aduaneros en el puerto de origen, flete internacional y asumir el costo de un seguro de cobertura mínima de la mercancía durante su transporte, en el que debe poner como beneficiario a Fairtrasa Holland.

4.8. Seguros

Se debe optar por los seguros que ofrece el Instituto Nacional de Seguros (INS) de nombre:

- *Seguro de carga exportación (marítimo y de carga):* que va a cubrir por los daños que pueda sufrir la mercancía durante el traslado, así como las operaciones de carga y descarga y estancia en un almacén o bodega intermedia, previa a la llegada a su lugar de destino (INS, 2020).
- *Seguro de crédito a las exportaciones (exportación):* se le garantizará a Agrícola La Danta el reembolso de un 80% del saldo adeudado, en caso de que Fairtrasa Holland no cumpla con su compromiso de pago acordado (INS, 2020).

El costo de los seguros por contenedor basados el valor de la carga por USD 15,166.06 es aproximadamente el siguiente:

Tabla 34. Cotización de seguros del INS

Asegurados	Marítimo y de carga	Crédito Exportación
INS	USD 67.81 (Anexo K)	USD 26.32 *

* Elaboración propia con datos del agente del INS.

* Dato suministrado por agente del INS (no confirmado por escrito).

4.9. Costos y gastos del plan de exportación

A continuación, se detalla el total de costos y gastos más importantes para la implementación de este plan de exportación para la piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta. Se detallan los costos asociados a la producción de una hectárea de piña orgánica (99.99 TM aproximadamente), los gastos de certificación orgánica para producción y exportación (agencia certificadora y SFE), y por último los gastos de logística de exportación desde Puerto Moín al Puerto de Rotterdam (incluyendo el flete terrestre desde la finca a Puerto Moín).

Tabla 35. Análisis de costos y gastos

COSTOS PRODUCCIÓN*	Monto en USD
Costo de producción de piña orgánica por hectárea (Agrícola La Danta). Equipo (labranza, spray, cosecha). Insumos (fertilizadores, pesticidas, maduradores, semillas). Fuerza de trabajo. Otros (transporte, alquiler de tierra, etc.)	USD 25,000.00
GASTOS EN CERTIFICACIÓN Y EXPORTACIÓN ** (SFE y Agencia Certificadora)	Monto en USD
SFE: Costo anual de Finca Orgánica	USD 105.91
SFE: Costo anual de Registro comercialización o exportación	USD 105.91
SFE: Costo de 6 certificados de exportación	USD 40.80
SFE: Costo por 6 contenedores en puntos de salida a exportar	USD 163.73
Agencia Certificadora: Costo anual por una hectárea de Certificación Orgánica (finca)	USD 600.00
GASTOS EN LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN***	Monto en USD
Costos de logística de transporte internacional con la empresa Milestone Fresh Costa Rica S.R.L. por 6 envíos de 1 contenedor c/u (USD 3167.16 x contenedor)	USD 19,002.96
Costo de DUA (150 USD x 6 contenedores)	USD 900.00
Embalaje: 126 tarimas europeas	USD 1,785.00

Embalaje: 10000 cajas cartón corrugado rotuladas	USD 25,188.33
Etiquetado	USD 3,796.80
Seguro INS: Marítimo y de Carga (USD 67.81), y Exportación por impago (USD 26.32) para el envío de 6 contenedores	USD 564.78
TOTAL COSTOS Y GASTOS	USD 77,254.22

*Elaboración propia.

*Costo de producción por hectárea basado (Kellon, León, & Marsh, 2011, pág. 11) Datos también fueron confirmados por Agrícola La Danta.

**Monto aproximado con datos de https://www.sfe.go.cr/Tarifas1/Tarifas_SFE.pdf. Vigentes al 31 de Enero de 2022. Al tipo de cambio 600 colones.

*** No incluye otros costos administrativos, ni de manipulación preembarque, unitarización u otros no mencionados en la tabla.

4.10. Término de pago

Dado que es la primera venta que realizaría Agrícola La Danta con Fairtrasa Holland se debe realizar una combinación de términos de pago de 50% preembarque y 50% postembarque una vez verificada la mercancía.

El tener un seguro que cubra la mercancía (marítimo y de carga) le ofrecerá a Agrícola La Danta y Fairtrasa Holland mayor confianza de que la transacción se realice exitosamente. Además, el seguro de exportación (crédito de exportación) recomendado para la empresa Agrícola La Danta en caso de incumplimiento de pago, aumenta la seguridad de proteger el negocio.

4.11. Medio de pago

Se debe seleccionar como medio de pago la transferencia bancaria (para el pago a Agrícola La Danta por parte de Fairtrasa Holland), ya que es una manera simple de enviar y recibir el dinero de la venta, ofreciendo comprobantes de confirmación de pago fáciles de obtener e intercambiar, solo se debe considerar los costos por comisión que puedan cobrar los bancos. Para recibir el monto acordado Agrícola La Danta deberá proveer a Fairtrasa Holland la siguiente información de la cuenta bancaria para la transferencia:

- Moneda:
- Nombre del Banco:
- Nombre del titular de la cuenta:
- # de identificación del titular de la cuenta:
- # de cuenta (IBAN):
- Código Swift del banco:
- Dirección de la cuenta:

4.12. Acuerdo para la compraventa internacional

Por ser la primera contratación con Fairtrasa Holland se debe realizar una venta de la producción de piña orgánica de 99.99 TM, en seis envíos de un contenedor cada uno, lo cual representa aproximadamente la producción de una hectárea en la finca de Agrícola La Danta. Para lo cual se establecen las siguientes especificaciones:

Tabla 36. Detalles del acuerdo para la compraventa internacional entre Agrícola La Danta y Fairtrasa Holland

(Datos aproximados)

VENTA DE PIÑA ORGÁNICA A FAIRTRASA HOLLAND	
Variedad	MD2 Golden orgánica (con corona) Clase I
Peso total de la carga en TM	99.99 TM
Peso por fruto en kg	1,8 kg
Unidades de frutos	55555
# de contenedores de 40 Pies Refrigerados en 6 diferentes envíos.	6
Embalaje por contenedor	21 tarimas y 1680 cajas (6 piñas por caja)
Peso neto de carga por contenedor	16.66 TM
Peso bruto de carga por contenedor	21.18 TM
Precio de venta por kg en USD	USD 0.91 x kg
Precio de venta por contenedor	USD 15,166
Precio total de venta por 99.99 TM en USD	USD 90,996
Término de Venta (INCOTERM)	CIF
Términos de pago	50% preembarque y 50% postembarque una vez verificada la mercancía
Medio de pago	Transferencia bancaria

Puerto de destino	Rotterdam
Tiempo de tránsito	14-20 días

*Elaboración propia

Agrícola La Danta debe utilizar un modelo de contrato de compraventa que proteja todos los derechos y deberes de ambas partes garantizando el fundamento jurídico necesario para facilitar un exitoso intercambio comercial. Debe utilizar el modelo de contrato establecido por la Cámara de Comercio Internacional (ICC siglas en inglés) que proporciona orientación en cada casilla del formulario, y, en algunas instancias, define listas de términos que establecen claramente las responsabilidades de las partes (Anexo O).

4.13. Despacho de documentos para la exportación

Conocimiento de embarque⁴⁰

El conocimiento de embarque (Bill of lading) es el documento que emitirá la compañía naviera Mediterranean Shipping Company (MSC) donde se reconocerá que la mercancía ha sido recibida a bordo.

40 Conocido también como “Guía de carga”, o en inglés “Bill of lading (B/L)”

See inside for large version of the heading (The original Bill of Lading is a document) (Document and not a receipt) (Document is a receipt) (この書類は貨物の受取書ではなく、貨物の引当書です) (www.msc.com)

MSC MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A. 12, rue de la République, 1000 Luxembourg, Luxembourg Website: www.msc.com		BILL OF LADING No. MSCUL3875766 NON-NEGOTIABLE COPY Transport "Per" or "Through" (see Clause 1)	
SHIPPER CENTRO MAR S.A. CALLE EL PALOMAR Nº20, 109 ARBOLEDA, AREQUIPA, AREQUIPA - PERU		NO. OF REEFER PAGES: 1 Carriage Agent's/Endorser's/Endorsee's (Indicate Agent's or PUS) FCL/FCL Special contract: R087131200000000 Lysis/Info number: 9605255 DESTINATION AGENT ADDRESS: MSC - Mediterranean Shipping Company France S.A. C.H.C.I. 180 QUAI GEORGE V. CS 41139 75005 LE HAVRE CEDEX Phone: +33 23 274 6000 Fax: +33 23 274 6810 SHIPPER DECLARED THAT ANY APPLICABLE WOOD PACKAGING MATERIALS COMPLY WITH ISPM 15 REGULATIONS. FAILURE TO COMPLY WILL RESULT IN CONTAINERS BEING RETURNED TO LOAD PORT OR CARGO DESTROYED - ALL COSTS, FINES, PENALTIES, WILL BE FOR SHIPPER'S ACCOUNT.	
CONSIGNEE This B/L is not negotiable unless marked "To Order" or "To Order of..." box LEON VINCENT RUE DE LA REPUBLIQUE 109 1000 LUXEMBOURG FRANCE NOTIFY PARTY (S) (S/s responsibility shall attach to the Carrier or to the Agent for failure to notify) (see Clause 24) DEL PEDI 8 RUE FINE FONCK ZONE DZA NAVIGES ATLANTIQUE 44800 SAINT AUBIN DE GRAND LIEU FRANCE		ISSUE & VOYAGE NO (see Clause 8 & 9) MSC-AZOV70036R PORT OF LOADING CALLAO, PERU PLACE OF RECEIPT (Combined Transport Only - see Clause 1 & 8.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
BOOKING NO (see Clause 10) BE/LM254834 SHIPPER'S REF LE HAVRE, FRANCE PLACE OF DELIVERY (Combined Transport Only - see Clause 1 & 8.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 16)	
Container Numbers, Seal Numbers and Marks 1x 40' CONTNRS S.T.C. FROZEN GIANT SOLID BITS AND PIECES SCIENTIFIC NAME: DOSIDICUS OIKAS WITHOUT SHAPE, WITHOUT TREATMENT FREEZING BLOCK IS KG PRIMARY PACKAGING: POLYETHYLENE BAG (1 X 10 KG) SECONDARY PACKAGING: POLYPROPYLENE SACK (1 X 20 KG) H.S. 03.07 BULKS: 1200 BAGS Net Weight: 24,000.00 kg FREIGHT PREPAID	Description of Packages and Goods (Continued on attached Bill of Lading Refer page(s) if applicable)	Gross Cargo Weight 26000.000 kg	Measurement 25000.000 kg
TRAILER NO 1004011R TARE 4660 kg Seal 1043113 Seal EU09540465 TOTAL TARE 4660.00 kg		THE REEFER TEMPERATURE TO BE SET AT -18.0 DEGREES CELSIUS IN ACCORDANCE WITH SHIPPER'S INSTRUCTIONS 1200 BAGS Temp: -18C TOTALS: 26000.000 kg	
FREIGHT & CHARGES Cargo shall not be delivered without Freight & Charges are paid (see Clause 16) CARGO DATA DECLARATION - USD 25.00 - PREP CARRIER SECURITY FEE - USD 11.00 - PREP SEAFREIGHT - USD 3000.00 - PREP TERMINAL HANDLING CHARGE - EUR 300.00 - COLL		RECEIVED by the Carrier or agent upon order and confirm carrier otherwise shall remain the risk of the shipper (The Carrier's liability for cargo subject to, at the time and conditions, stated from the Place of Receipt or Port of Loading to the Place of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. ACCEPTED THIS BILL OF LADING THE MERCHANT CORRECTLY ACCEPTED AND AGREES TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHATEVER PRINTED, STAMPED, OR OTHERWISE INCORPORATED ON THIS SIDE AND/OR THE REVERSE SIDE OF THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL ASSIGNED BY THE MERCHANT). A bill of exchange (The Order) and Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed must be surrendered to the Merchant by the Carrier (together with outstanding Freight and charges) in exchange for the Goods or a Delivery Order. If this is a non-negotiable, straight Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding Freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the instructions at the Port or Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. As WITNESS hereof the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of this bill and date, and whenever one original Bill of Lading has been surrendered, all other Bills of Lading shall be void.	
DECLARED VALUE (only applicable if not indicated) Charges paid - see Clause 1.3		CARRIER'S RECEIPT (Bill of Lading or Page used by Carrier - see Clause 14.1) 1 PLACED AND DATE OF ISSUE CALLAO, 14/09/2016 SHIPPED ON BOARD DATE 14/09/2016	
Standard Edition - 2023/11		TERMS CONTINUED ON REVERSE, if	

Ilustración 13. Ejemplo de la copia modelo de conocimiento de embarque otorgado por Mediterranean Shipping Company (MSC).

Fuente: <https://es.scribd.com/document/333923871/Ejemplo-de-Bill-of-Lading>

Manifiesto de Carga⁴¹

Es el contrato que emitirá la compañía naviera Mediterranean Shipping Company (MSC) a Agrícola La Danta y ampara el transporte de mercancías ante las distintas autoridades. A diferencia del conocimiento de embarque, el manifiesto de carga no es un documento de titularidad.

41 Conocido también en inglés como “waybill”

Ilustración 14. Ejemplo de la copia modelo de manifiesto de carga otorgado por Mediterranean Shipping Company (MSC).

La factura comercial que deberá emitir Agrícola La Danta a Fairtrasa Holland y que acompañara a la mercancía durante su transporte, es un registro o evidencia de la transacción entre ambas partes. El formato de factura recomendado por PROCOMER:

Factura Comercial No. 00001

WITH REF. TO INVOICE NUMBER / Factura numero:		CREDITO DIAS	
EXPORTADOR:		CONSIGNATARIO:	
Empresa: Agrícola		Empresa:	
Dirección:		Dirección:	
Ciudad:		Ciudad: Cedula Juridica importador	
País:		País: Zip Code	
Teléfono:		Teléfono:	
Contacto:		Contacto: Dept.	
Empresa moviliza la mercancía		Conocimiento de embarque	
		Origen San Jose, Costa Rica	
		Destino Final: (3 letter code)	
Codigo	Descripción mercancía	Número partes	Peso Bruto (Kg)
		Total cajas	Unidad de valor
		Total	
	Partida arancelaria		
	Código de exportador:		
(All Values in USD)		TOTAL	
Seguro	0%	Transporte	
		Otros costos	
		TOTAL	USD\$
País de manufactura		Destino final del envío	
Razón de la exportación			
Tipo de exportación		INCOTERMS	
☒ DEFINITIVE ☐ TEMPORARY ☐ OTHERS		INCOTERM	
Nombre, firma y cédula			
<i>"I hereby declare that the above information is correct and true to the best of my knowledge."</i> <i>"Yo declaro que la información detallada arriba es correcta y verdadera"</i>			
Localidad			
Fecha			

Ilustración 15. Modelo de factura comercial.

Fuente: (PROCOMER, 2020)

Es importante presentar para la exportación tanto la factura original como una copia, ambas firmadas. La factura debe realizarse en el idioma inglés.

Declaración Única Aduanera de Exportación

Es el documento que emitirá Dirección General de Aduanas (DGA) de Costa Rica para autorizar la salida de la mercancía en el puerto. A pesar de que no es requisito, se indica a la empresa elaborar el DUA por medio de una agencia aduanal.

DETALLE DEL DUA			
Aduana:	306- ADUANA DE LIMÓN	Nro. de envío (carpeta):	345727
Régimen:	40- EXPORTACION	Modalidad	41- EXPO
Fecha de Registro:	2012/11/26 12:05:12	Tipo de DUA:	EXPORT
Número del DUA:	2012 182134	Forma de despacho:	4- Normal
Tipo semáforo:	V VERDE	Estado:	CR
Tipo carga:	Marítimo Adm.	Momento de asociación Inventario:	Normal y p.
Solic. inmediata tipo revisión?	SI	DUA es Correlac/ Consolidado?	NO Norm.
Pago Impuestos:	Pago	Tiene precinto electrónico?	NO
Confirmación Automática:	NO		

DATOS GENERALES	
Datos del Importad/Exportad y proveedor del DUA:	
Declarante: 3- 310103413012	Importador/Exportador
Agente: P- 201440560	Proveedor/Dest.
Importe Total Facturas:	AGENCIA ADUANAL ARCE CAMPOS SOCIEDAD ANONIMA
Tipo de Cambio de Compra: 404.180000	BRAYAN RODRIGUEZ AMEZUA
Medio de Transporte:	97046-40 1/80
Empresa Transportista:	Tipo de Cambio de Venta: 508.270000
	Partido:

Ilustración 16. Ejemplo de un DUA de exportación dentro del sistema TICA 42.

Fuente: (PROCOMER, 2020)

Certificado de Exportación de producto orgánico

La piña orgánica de Agrícola La Danta deberá contar con un “certificado de exportación de producto orgánico” para que puedan ingresar a la UE. El certificado lo tramitara la agencia certificadora (autorizada por el ARAO) con la información de la exportación que deberá realizar el trámite en la plataforma TRACES para que se emita un certificado electrónico de inspección (e-COI), el cual para la UE se emitirá con el nombre de CERTIFICADO DE CONTROL PARA LA IMPORTACIÓN EN LA COMUNIDAD EUROPEA DE PRODUCTOS OBTENIDOS CON MÉTODOS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA.

CERTIFICADO DE CONTROL PARA LA IMPORTACIÓN EN LA COMUNIDAD EUROPEA DE PRODUCTOS OBTENIDOS CON MÉTODOS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

1. Autoridad u organismo expedidor (nombre y dirección)	2. Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, artículo 33, apartado 2 ☐ o artículo 33, apartado 3 ☐ o Reglamento (CE) nº 1235/2008 de la Comisión, artículo 19 ☐	
3. Número de serie del certificado de control	4. Número de referencia de la autorización al amparo del artículo 19	
5. Exportador (nombre y dirección)	6. Organismo de control o autoridad de control (nombre y dirección)	
7. Productor o elaborador del producto (nombre y dirección)	8. País de expedición	
	9. País de destino	
10. Primer destinatario en la Comunidad (nombre y dirección)	11. Nombre y dirección del importador	
12. Marcas y numeración. Número del(de los) contenedor(es). Número y tipo. Denominación comercial del producto	13. Códigos NC	14. Cantidad declarada
15. Declaración del organismo o autoridad que expide el certificado mencionado en la casilla nº 1. Por la presente, hago constar que este certificado se expide una vez efectuadas las comprobaciones estipuladas en el artículo 13, apartado 4, del Reglamento (CE) nº 1235/2008 y que los productos más arriba indicados se han obtenido con arreglo a normas de producción y control propias del método de producción ecológica consideradas equivalentes según lo previsto en el Reglamento (CE) nº 834/2007. Fecha Nombre y firma de la persona autorizada Sello de la autoridad u organismo expedidor		

16. Declaración de la autoridad competente del Estado miembro de la Unión Europea que haya concedido la autorización de importación o de la autoridad delegada Por la presente, certifico que los productos más arriba indicados han sido autorizados a ser comercializados en la Comunidad Europea con arreglo a lo previsto en el artículo 19 del Reglamento (CE) nº 1235/2008, bajo el número de autorización señalado en la casilla nº 4. Fecha Nombre y firma de la persona autorizada Sello de la autoridad competente o autoridad delegada en el Estado miembro	
17. Comprobación de la remesa por la autoridad competente del Estado miembro Estado miembro: Registro de importación (tipo, número, fecha y oficina aduanera de declaración): Fecha: Nombre y firma de la persona autorizada Sello	
18. Declaración del primer destinatario Por la presente certifico que la recepción de las mercancías se ha realizado de conformidad con lo dispuesto en el artículo 34 del Reglamento (CE) nº 889/2008. Nombre de la empresa Fecha Nombre y apellidos y firma de la persona autorizada	

Ilustración 17. Certificado de control para la importación en la Comunidad Europea de productos obtenidos con métodos de producción ecológica.

Fuente: (Consejo de la Unión Europea, 2008, pág. 21)

Certificado de origen

Agrícola La Danta deberá tramitar este certificado el cual es emitido por la Unidad de Origen adscrita a la Ventanilla Única de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) en la plataforma VUCE 2.0. Para la UE se emitirá con el nombre de CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS EUR 1

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN

1. Exportador (Nombre, dirección completa y país)	EUR.1 A000.000		
Véanse las notas del reverso antes de rellenar el impreso.			
2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre Y <i>(indíquese el país, grupo de países o territorios correspondientes)</i>			
3. Destinatario (Nombre, dirección completa y país) (Opcional)	4. País, grupo de países o territorio de que se considera que los productos son originarios	5. País, grupo de países o territorio de destino	
6. Detalles de transporte (Opcional)	7. Observaciones		
8. Número de orden; Marcas y numeración; Número y naturaleza de los bultos 164 ; Descripción de las mercancías		9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m ³ , etc.)	10. Facturas (Opcional)
11. VISADO DE LA AUTORIDAD PÚBLICA O ADUANERA COMPETENTE* <i>Declaración certificada</i> Documento de exportación 165 Formulario nº De Autoridad pública o aduanera competente..... País o territorio de expedición..... Sello Lugar y fecha (Firma)		12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. Lugar y Fecha..... (Firma)	

13. SOLICITUD DE CONTROL, con destino a:	14. RESULTADO DEL CONTROL
Se solicita el control de la autenticidad y de la exactitud del presente certificado (Lugar y fecha) Sello (Firma)	El control efectuado ha mostrado que el presente certificado⁽¹⁾: ☐ fue expedido por la autoridad pública o aduanera competente indicada y que la información que figura en el mismo es exacta. ☐ no cumple las condiciones de autenticidad y exactitud requeridas (véanse las notas adjuntas) (Lugar y fecha) Sello (Firma) (1) Márquese con una X la casilla que corresponda.

Ilustración 18. Modelo de certificado de circulación de mercancías EUR 1.

Fuente: (COMEX, 2012)

Lista de empaque⁴³

La lista de empaque es el documento comercial que deberá emitir Agrícola La Danta que acompaña la mercancía. Tiene un valor de inventario de la carga entrante, proporcionando información sobre los artículos y los detalles de empaque de cada envío.

43 Conocido también en inglés como "Packing list (P/L)"

PACK LIST Lista de Empaque No.

WITH REF. TO PACKIN LIST NUMBER / LISTA EMPAQUE:						
EXPORTADOR: Empresa: Dirección: Ciudad: País: Teléfono: Contacto:			CONSIGNATARIO: Empresa: Dirección: Ciudad: País: ID of Amr ID Cedula Juridica importador Zip Code Teléfono: Contacto: Dept.			
Empresa transporte:		Conocimiento embarque:		Origen:	Destino final: (3 letter code)	
Código	Full Description of Goods - Descripcion produ	Peso Bruto	Peso Net	Paletas	Cajas	Unidades
	Nombre científico					
	Codigo de exportador:					
	Dimensiones de las cajas					
	Volumen total					
	Peso Volumetrico					
(All Values in USD)		TOTAL	*****	-	400.00	
Seguro	0%	Transporte		Otros	TOTAL	
País de manufactura		Costa Rica (CR)	Destino final del envío		United States of América	
Razón de exportación		DEFINITIVE - COMMERCIAL PURPOSE				
Tipo de exportación		☒ DEFINITIVE	☐ TEMPORARY	☐ OTHERS	INCOTERMS	FOB (Free on Board)
Nombre, firma y cedula						

"I hereby declare that the above information is correct and true to the best of my knowledge."
 "Yo declaro que la informacion detallada arriba es correcta y verdadera"

Localidad: _____
 Fecha: _____

Ilustración 19. Modelo de lista de empaque.

Fuente: (PROCOMER, 2020)

4.14. Proyección del estado de resultados para la implementación del plan de exportación

A continuación, se detalla el estado de resultados para medir la rentabilidad de la implementación de un plan de exportación para una hectárea de producción (99.99 TM aproximadamente) de piña orgánica de la empresa Agrícola La Danta, para ser exportada a los Países Bajos.

Tabla 37. Estado de Resultados “Plan de Exportación de Piña Orgánica de la empresa Agrícola La Danta Hacia los Países Bajos de la Unión Europea”

ESTADO DE RESULTADOS

<u>Item</u>	<u>Monto en USD</u>
(+) Ingresos de Venta de Piña Orgánica	USD 90,996
9(-) Costo de producción	(USD 25,000.00)
UTILIDAD BRUTA	USD 65,996
(-) Gastos de certificación y exportación	(USD1,016.35)
(-) Gastos de logística de exportación	(USD 51,237.87)
UTILIDAD NETA	USD 13,742.14

*Elaboración propia.

Notas:

***Gastos y costos:** El estado no incluye otros gastos administrativos de la empresa generados por la implementación del plan de exportación. Los costos especialmente los relacionados con la logística de exportación son muy cambiantes y que previo a una exportación Agrícola La Danta deberá comparar las opciones.

*** Ingresos por Venta:** Los precios de mercado son muy cambiantes y que previo a una exportación Agrícola La Danta deberá comparar su precio de venta en el mercado con el de sus competidores para establecer el precio de venta más óptimo.

4.14.1. Margen de utilidad sobre ventas

La ganancia proyectada es de **USD 13,742** basado en el ingreso por ventas de **USD 90,996**. Se concluye entonces que el indicador financiero del margen de utilidad sobre ventas (Utilidad Neta/Ventas Totales) de este plan de exportación corresponde a un **15.10%**, lo cual se considera es el mínimo ideal que la empresa Agrícola La Danta debe aspirar a la hora de implementar este plan de exportación. Este margen podría aumentar si en el momento de la implementación se negocie un mejor precio de venta de kilogramo de piña orgánica con el comprador debido a que exista un mejor precio de venta general en el mercado (competencia); además Agrícola La Danta también debe buscar la posibilidad de estrategias de optimización de sus costos de producción, certificación y logística con el fin de también aumentar estos márgenes de ganancia.

Es importante para Agrícola La Danta también medir el indicador financiero de Rendimiento sobre Inversión (Utilidad Neta/ Activo Total Neto), que le permitirá saber cuánto dinero ganará con la inversión hecha para la producción de su piña orgánica, es decir medir la eficiencia total de la administración en la obtención de utilidades después de impuestos, a partir de los activos que utilizan para producir la piña orgánica de exportación.

Conclusiones

La agricultura orgánica es una herramienta que preserva el medio ambiente de manera indirecta evitando la propagación de sustancias tóxicas causadas por pesticidas e insumos químicos transmitidos por aire y agua, y además evita exponer a las personas de ingerir residuos tóxicos en los alimentos; de manera directa fortalece los suelos dedicados a cultivos para que puedan ser reutilizados a largo plazo y así continuar dando cosechas.

Las tierras dedicadas al cultivo orgánico son actualmente muy pocas a nivel global y nacional, a pesar de los esfuerzos no existe una estrategia nacional eficiente público-privada para capacitar y proveer a los pequeños agricultores de manera generalizada sobre la aplicación de técnicas innovadoras en agricultura orgánica, o contar con apoyo financiero para adquirir insumos orgánicos, así como subsidiar el costo inicial de las certificaciones que sirva como empuje en la transición de agricultura convencional hacia la orgánica y lograr un mejor rendimiento en la venta de sus cosechas, reinvertiendo en las mismas.

Existe un nicho de mercado especial para “alimentos sostenibles”, especialmente en países desarrollados como los de la UE que reportan un crecimiento sostenido de consumidores con conciencia ambiental y que cuentan con el poder adquisitivo, ya que de momento es normal que este tipo de productos se vendan a un precio mayor que su versión convencional, pues los costos de producción son más altos. Sin embargo, a medida que vaya aumentando el consumo de productos orgánicos y se incentive a los agricultores a elegir por este tipo de producción, a través de políticas públicas eficientes que ayuden a reducir los costos y se logren economías de escala que cubran la demanda creciente y se igualen a los costos de producción convencional, se logrará competir con mejores precios que beneficiarán a los consumidores finales, que crecerán a un nivel más global y al mismo tiempo los agricultores verán incrementadas sus ventas.

El movimiento orgánico también se encuentra ligado al movimiento de “comercio justo”, lo cual representa una oportunidad para pequeños productores de beneficiarse de un mercado en crecimiento que todavía no está dominado por grandes transnacionales y que realmente no está diseñado para serlo, ya que existe una mejor motivación por parte de los consumidores de comprar productos orgánicos cuando vengan de productores pequeños.

Agrícola La Danta cuenta con el perfil ideal para convertirse en exportador de piña orgánica hacia los Países Bajos. Es una empresa pequeña, que aplica técnicas innovadoras para la agricultura orgánica, además tiene la posibilidad de replicar su estrategia de producción en otros terrenos y aumentar su cosecha.

Costa Rica es reconocida mundialmente por su piña, siendo el mayor exportador hacia la UE y los Países Bajos. Esto sirve de impulso para invertir aún más en su producción orgánica y además aprovechar la imagen de sostenibilidad que el país ha buscado promover a nivel mundial.

Es importante reconocer la importancia de un plan de exportación previo al iniciar un intercambio comercial internacional. El realizar un análisis previo de la situación interna y externa de la empresa permite medir la viabilidad de concertar una venta exitosa. Es de suma importancia conocer el mercado de destino y determinar si es apto para recibir el producto, que tenga las condiciones básicas para garantizar que el mismo llegue al consumidor final preservando su integridad, que el producto sea recibido positivamente por los consumidores o que al menos cuente con el potencial de serlo en caso de ser nuevo en el mercado, conocer la cadena de valor de los actores involucrados (potenciales compradores) en la distribución del producto hacia el consumidor final. Así mismo, es importante estudiar los pasos

requeridos para la exportación, se debe conocer las variables logísticas de transporte internacional y las opciones disponibles en nuestro país, y con ello realizar un presupuesto general de los costos asociados al proceso de exportación, y nuevamente analizar si el proyecto es rentable.

Los Países Bajos tiene una población tres veces mayor a la de Costa Rica, en un espacio inclusive más pequeño que nuestro país y donde el consumo de productos orgánicos prácticamente se ha triplicado en la última década. Este comportamiento de consumo lo convierte en un mercado potencial relevante. Además de ello en este país existe una cadena de comercialización de productos orgánicos muy consolidada que incluye importadores interesados en adquirir productos de buena calidad y mayoristas y minoristas con capacidad para llevar el producto hasta los anaqueles de los puntos de venta. Una ventaja que tiene Costa Rica en general y Agrícola La Danta en particular, es que el país es reconocido por la UE por sus exportaciones de productos orgánicos, lo que puede generar una ventaja para colocar este producto en el mercado.

A pesar de que aún existen pocos terrenos dedicados a la agricultura orgánica en Costa Rica y no se cuenta con mucho apoyo, hay un número de empresas pequeñas que han invertido en desarrollar su propuesta orgánica de piña para la exportación a la UE y otros países. Las exportaciones de Agronorte, ProBio, Itacu, Lyl Proyectos, Pavón, y Nicoverde, demuestran que las ventas al exterior se pueden realizar de manera exitosa, pero definitivamente es necesario contar con un socio comercial responsable, establecido en el mercado de los Países Bajos y que esté familiarizado con los procesos de importación asociados a la piña orgánica. En el estudio se determinó que la empresa Fairtrasa-Holland, reúne una serie de requisitos que son relevantes para ser ese socio comercial para Agrícola La Danta, ya que se identifica como un promotor de la agricultura orgánica con experiencia de trabajo con productores pequeños en diferentes continentes, creando alianzas con los éstos y ofreciendo

capacitaciones y acompañamiento con el fin de continuar el desarrollo de sus cultivos y su relación comercial de forma exitosa. Se recomienda a Agrícola La Danta concretar un contrato de compraventa con Fairtrasa-Holland que sea conveniente para ambas partes. Dada su primera experiencia con la empresa holandesa, se considera que Agrícola La Danta debe optar por los seguros ofrecidos para la exportación para proteger su mercancía y su inversión.

El estudio desarrollado para la exportación de piña orgánica hacia la Unión Europea por parte de Agrícola La Danta arroja una rentabilidad atractiva para la empresa, lo que permitiría a la empresa no solo proyectarse en el mercado internacional, sino tener la posibilidad de expandir su producción orgánica de piña y pensar en la diversificación de su oferta exportable. Ello podría derivar además en un reconocimiento como referente nacional en la exportación de productos orgánicos.

Recomendaciones

La empresa Agrícola La Danta en el momento de implementar este plan debe de actualizar el precio de venta de acuerdo a lo establecido en el mercado, y revisar nuevamente los costos de producción, certificación y logística, para recalcular rentabilidad.

Es de gran importancia estar pendiente de contar vigencia al día en el registro de operadores orgánicos del MAG, para evitar inconvenientes o atrasos en emisión de "Certificados de Exportación de Producto Orgánico" necesarios para la exportación hacia la Unión Europea.

La técnica agrícola orgánica aplicada por Agrícola La Danta para la piña puede adaptarse a la producción de otros cultivos atractivos tanto para los Países Bajos como otros países de la Unión Europea, aprovechando los beneficios del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea (AACUE). El perfil de las empresas compradoras holandesas generalmente representa la distribución de varios productos, por lo que podría convertirse en una ventaja competitiva ofrecer diversidad en la oferta de Agrícola La Danta.

Agrícola La Danta debe mantenerse proactiva en buscar programas de capacitación (virtuales y/o presenciales) sobre nuevas técnicas y novedades en agricultura orgánica, especialmente ofrecidos por organismos públicos y/o privados de los Países Bajos. Los Países Bajos es de los mayores exportadores de alimentos en el mundo medido por su valor (Geographics, National, 2017) fruto de sus innovadores sistemas de implementación de tecnología agrícola y desarrollo de insumos orgánicos para lograr la optimización de la producción, tanto en cantidad como en calidad. La calidad que buscan va de la mano con un desarrollo sostenible de los alimentos, como por ejemplo en el combate de las plagas utilizando larvas que al

madurar se convierten en consumidores del pulgón⁴⁴, o ácaros que atrapan a los arácnidos de las plantas y los desecan, lombrices para acabar con larvas de mosca, entre otros (La Vanguardia, 2017). Agrícola La Danta puede obtener conocimiento privilegiado tomando parte en estas capacitaciones similares al mencionado “Connecting Central América 2018-2021” (CBI, 2018) y mantenerse al tanto de los avances en agricultura orgánica para implementarlos en sus fincas.

Es importante para Agrícola La Danta mantenerse al día con la legislación en agricultura orgánica del mercado de destino. La Unión Europea actualizará su legislación en materia de agricultura orgánica en el nuevo Reglamento (UE) 2018/848 que está para entrar a regir en el 2021.

Entre los cambios más importantes para la importación es que se reforzará el sistema de control para incrementar la confianza de los consumidores en la agricultura orgánica de la UE; los operadores de la cadena completa de suministro de alimentos agrícolas como procesadores, comerciantes, importadores serán controlados in situ, al menos una vez al año, o una vez cada dos años si no se descubrió ningún incumplimiento durante los tres años previos, entre otros.

Sería importante para Agrícola La Danta explorar la posibilidad de reducir costos de producción y exportación por medio de alianzas con otras empresas exportadoras de productos orgánicos, donde puedan compartir elementos como la compra de insumos,

⁴⁴ Los pulgones son pequeños insectos que succionan la savia de la planta y que poseen una gran capacidad reproductora. Por ello, muchas especies de pulgones son algunas de las plagas más destructivas en horticultura, agricultura, silvicultura y en espacios verdes y jardines.

transporte, embalaje y empaquetado, promoción y mercadeo, entre otros. De igual manera considerar ser parte de una cooperativa o asociación de cultivo orgánicos donde puedan ser parte de un GPO donde no solo puedan compartir los costos anteriores, sino que también podrán ahorrar en los costos de certificación.

Finalmente, como se ha mencionado a lo largo del trabajo, es recomendable que Agrícola La Danta también busque la certificación oficial de “comercio justo (Fairtrade), que será aprovechado como un atractivo mayor para los posibles compradores que usualmente exigen dicha certificación al elegir su proveedor orgánico.

Bibliografía

- Agrícola Industrial La Lydia. (2020). Obtenido de www.costaricapineapple.com/es/producto.html
- Agronorte. (2020). Obtenido de agronortecr.com
- Amador, M., Arze, J., & Saraví, T. (2001). *Aproximación de la Oferta Centroamericana de Productos Orgánicos y Situación de Sus Mercados*. IICA- Agencia en Costa Rica. Obtenido de <http://repiica.iica.int/docs/B0354E/B0354E.PDF>
- ARAO. (2020). *Fincas Certificadas en ARAO*. Obtenido de SFE. MAG. Costa Rica.: www.sfe.go.cr/SitePages/ARAO/InicioARAO.aspx
- ARAO SFE. (2020). *www.sfe.go.cr. Registrados en ARAO. Operadores orgánicos*. Obtenido de www.sfe.go.cr/SitePages/ARAO/InicioARAO.aspx
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Peason Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Aschemann, J., Hamm, U., Naspetti, S., & Zanolli, R. (2007). *Organic Farming An International History. 7. The Organic Market*. (W. Lockeretz, Ed.) CAB International. Obtenido de <http://base.dnsgb.com.ua/files/book/Agriculture/Organic-Agriculture/Organic-Farming-An-International-History.pdf>
- Banco Mundial. (9 de Setiembre de 2020). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/paises-bajos>
- BID, INTAL. (2017). *Conexión INTAL. ¿Qué debe contener un plan de exportación?* *ConnectAmericas*. Recuperado el Agosto de 2020, de

<https://conexionintal.iadb.org/2017/08/02/que-debe-contener-un-plan-de-exportacion/>

Bio Beurs. (2020). Obtenido de www.bio-beurs.nl

Biofach. (2020). Obtenido de www.biofach.de

British Library. (s.f.). *bl.uk*. Recuperado el 10 de 3 de 2021, de British Library:
<https://www.bl.uk/business-and-ip-centre/articles/what-is-swot-analysis>

Canagro. (2018). MAG y productores chocan por supuesta exportación de falsa piña orgánica. (J. Araya, Ed.) *Semanario Universidad*. Obtenido de www.semanariouniversidad.com/pais/mag-productores-chocan-supuesta-exportacion-falsa-pina-organica/

CANAPEP. (s.f.). *www.canapep.com*. Recuperado el Agosto de 2020, de www.canapep.com/historia/

Cargo and Handbook. (2020). Obtenido de <https://www.cargohandbook.com/Pineapples>

CBI. (2014). *CBI Ministry of Foreign Affairs: Terms of delivery and payment for fresh pineapples*. Obtenido de www.cbi.eu:
<https://www.cbi.eu/sites/default/files/market-information/tailored-study-pineapples-west-africa-europe-terms-delivery-payment-fresh-fruit-vegetables-2014.pdf>

CBI. (2018). *www.cbi.com. Connecting Central América*. Recuperado el 10 de Setiembre de 2020, de <https://www.cbi.eu/projects/connecting-central-america>

CBI. (25 de October de 2018). *www.cbi.eu. Exporting fresh fruit and vegetables to the Netherlands*. Recuperado el 12 de Setiembre de 2020, de www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/netherlands

- CBI. (25 de October de 2018). *www.cbi.eu. Fresh fruit vegetables/pineapple. Growing interest in sustainable fruit.* Recuperado el 28 de Agosto de 2020, de www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/pineapple
- CBI. (25 de October de 2018). *www.cbi.eu. Fresh fruit vegetables/pineapple. What are the end-market prices for pineapples?* Recuperado el 28 de Agosto de 2020, de www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/pineapple
- CBI. (2020). *www.cbi.eu. Exporting fresh pineapple to Europe. 5. With which requirements must fresh pineapples comply to be allowed on the European market?* Obtenido de www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/pineapple
- CBI. (24 de June de 2020). *www.cbi.eu. Tips for finding buyers on the European fresh fruit and vegetables market.* Recuperado el 10 de Setiembre de 2020, de <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/finding-buyers>
- CBI. (24 de Junio de 2020). *www.cbi.eu. Tips for finding buyers on the European fresh fruit and vegetables market.* Recuperado el 10 de Setiembre de 2020, de 1. Search for buyers that best fit your business. 2. Visit trade fairs and use their online catalogues. 4. Use online news platforms for information and promotion.: <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/finding-buyers>
- CBI. (22 de Setiembre de 2020). *www.cbi.eu. What requirements should fresh fruit or vegetables comply with to be allowed on the European market? Labelling and packaging.* Obtenido de www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/buyer-requirements
- CBI Fresh fruit vegetables, pineapple. (25 de October de 2018). *www.cbi.eu. Fresh fruit vegetables/pineapple. Product description & Product specification.* Recuperado el 28 de Agosto de 2020, de www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/pineapple

CBI Tips for organizing your export of fresh fruit and vegetables to Europe. (25 de June de 2020). *www.cbi.eu. Tips for organizing your export of fresh fruit and vegetables to Europe. 1. Put your agreements in writing. 2. Use payment terms that are acceptable to you and your client.* Recuperado el 15 de Setiembre de 2020, de 3. Choose your export insurance according to your potential risk. 4. Check your export documents and import tariffs. 5. Logistics: Maintain a perfect cold chain. 6. Use quality packaging to protect your products and ensure shelf life:
<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/tips-organise-your-export>

CEDECO. (2000). Memoria Taller Certificación de Productos Orgánicos. En M. A. Benavides, *CONSIDERACIONES SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS ORGANICOS EN CENTROAMERICA IDEAS SOBRE COSTA RICA*. Obtenido de https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/8618/sdt_002_2001_esp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CEDECO. (2001). *Estudio de Factibilidad "Centro de Acopio de Hortalizas Orgánicas. CEDECO. Documento de uso interno*. Obtenido de www.mag.go.cr/biblioteca_virtual/bibliotecavirtual/prog-nac-agric-org-entorno.pdf

CEDECO. (2001). *Estudio de Factibilidad "Centro de Acopio de Hortalizas Orgánicas. CEDECO. Documento de uso interno*. Obtenido de <https://docplayer.es/12889524-Estudio-sobre-el-entorno-nacional-de-la-agricultura-organica-en-costa-rica.html>

Chavarría, M. Q. (2019). Coopeassa recibe crédito de 400 millones para inversión en producción orgánica. *Periódico Enlace (con la Región Brunca)*. Obtenido de www.periodicoenlace.com/economia/cooperativismo/coopeassa-recibe-credito-de-400-millones-para-inversion-en-produccion-organica/

Codex Alimentarius Commission. (1999). *Guidelines for the Production, Processing, Labelling and Marketing of Organically Produced Foods GL-32-1999. Box 3.*

Obtenido de

http://www.fao.org/unfao/bodies/coag/coag15/x0075e.htm#P86_4004

COMEX. (2012). *www.comex.go.cr. Texto del tratado AACUE. Parte IV. Capítulo I. Anexo II. .*

Obtenido de www.comex.go.cr/tratados/aacue/texto/

COMEX. (2012). *www.comex.go.cr. AACUE. Pilar Comercial. Documento Explicativo.*

doi:www.comex.go.cr/media/4698/documento-explicativo-final-19-07-12.pdf

COMEX. (2019). *www.comex.com Estadísticas. Comercio Bienes. Exportaciones de bienes cifras globales. Principales productos exportados 2019.* Obtenido de

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

*Cifras preliminares sujetas a revisión.

COMEX. (2019). *www.comex.com. Estadísticas. Comercio Bienes. Exportaciones de bienes cifras globales. Exportaciones totales por destino.* Obtenido de

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

Comisión Europea. (s.f.). *EC Europa EU. El logotipo ecológico.* Recuperado el 10 de

Setiembre de 2020, de [https://ec.europa.eu/info/food-farming-](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo_es)

[fisheries/farming/organic-farming/organic-logo_es](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo_es)

Comisión Europea, R. C. (2008). *eur-lex.europa.eu.* Obtenido de REGLAMENTO (CE) No

1235/2008 DE LA COMISIÓN: [https://eur-lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1235&from=EN)

[content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1235&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1235&from=EN)

Comisión Europea. (s.f.). *ec.europa.eu.* Recuperado el 2021, de Legislación para el sector de

la producción ecológica: [https://ec.europa.eu/info/food-farming-](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/legislation_es)

[fisheries/farming/organic-farming/legislation_es](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/legislation_es)

Consejo de la UE. (s.f.). [https://www.consilium.europa.eu/es/policies/trade-policy/trade-](https://www.consilium.europa.eu/es/policies/trade-policy/trade-agreements/)
agreements/. Obtenido de www.consilium.europa.eu:

<https://www.consilium.europa.eu/es/policies/trade-policy/trade-agreements/>

Consejo de la Unión Europea. (2007). *REGLAMENTO (CE) NO 834/2007 DEL CONSEJO de 28 de junio de 2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) no 2092/91*. Obtenido de www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/eu/eu122es.pdf

Consejo de la Unión Europea. (2008). *REGLAMENTO. (CE) No 1235/2008 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 834/2007 del*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1235&from=EN>.

Dutch News NL. (Octubre de 2019). Ekoplaza to take over struggling Marqt, more stores set to close. *Dutch News NL*. Obtenido de www.dutchnews.nl/news/2019/10/ekoplaza-to-take-over-struggling-marqt-more-stores-set-to-close/#:~:text=Marqt%2C%20which%20said%20earlier%20this,online%20sales%2C%20

Eco-Lógica. (2012). *Normas para el mercado de Costa Rica y Europa*. El Reglamento 29782 MAG. Boletín Especial: Hojas Verdes.

Elliot, L. (2010). *Export to Explode Cash Flow and Profits: Creating New Streams of Business in Asia, Africa, and the Americas with Little Investment A Leverage Point Strategy™*. Conceptualee Inc.

FAO. (2019). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Obtenido de Major tropical fruits - Preliminary market results 2019: www.fao.org/3/ca7566en/ca7566en.pdf

FAO. (s.f.). *Food and Agriculture Organization of the United Nations. Preguntas frecuentes sobre agricultura orgánica*. . Recuperado el 10 de Setiembre de 2020, de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>

FiBL & IFOAM. (2019). *The World of Organic Agriculture. Statistics & Emerging Trends 2019*.

Obtenido de

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/organicos-the-world-of-organic-agriculture.pdf>

FiBL & IFOAM. (2020). *The World of Organic Agriculture. Statistics & Emerging Trends 2020*.

Obtenido de www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/5011-organic-world-2020.pdf

Fossel, P. (2014). *Organic Farming. How to raise, certify, and market organic crops and livestock*. . Voyageur Press. Obtenido de

https://books.google.co.cr/books?id=OtrTAAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

García Trius, A. (2010). *Los 100 documentos del comercio exterior. Global Marketing Strategies. Marketing y Negociación internacional*. Obtenido de

https://issuu.com/globalmarketing1/docs/100_documentos_del_comercio_exterior

García, J. (1999). *La agricultura orgánica en Costa Rica*. EUNED. Obtenido de

https://books.google.co.cr/books?id=YoloBbw-zRsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=europa&f=false

Geographics, National. (2017). THIS TINY COUNTRY FEEDS THE WORLD. *National Geographics Magazine*. Obtenido de

<https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/holland-agriculture-sustainable-farming>

Gereffi, G., Garcia-Johnson, R., & S. E. (2001). *The NGO-Industrial Complex*. Foreign Policy Magazine. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/272587189_The_NGO-industrial_complex

Gerry, J., Kevan, S., & Richard, W. (2005). *Exploring Corporate Strategy* (7 ed.). Essex: Pearson Education Limited. Obtenido de <http://www.mim.ac.mw/books/Johnson%20and%20Scholes%20Exploring%20Corporate%20Strategy,%20Text%20and%20Cases.pdf>

Gitli, E., & Arce, R. (2001). *CONSIDERACIONES SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS ORGANICOS EN CENTROAMERICA IDEAS SOBRE COSTA RICA*. Del Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible en Costa Rica (CINPE). Obtenido de https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/8618/sdt_002_2001_esp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Govender, J. P., & Govender, T. L. (June de 2016). The influence of green marketing on consumer purchase behavior. *Environmental Economics*,. *Research Gate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/313256754_The_influence_of_green_marketing_on_consumer_purchase_behavior

GS1 UE. (22 de Setiembre de 2020). *www.gs1.nl. Legal Requirements for Labels on Fruit & Vegetables Guideline on legal requirements for consumer units and trade units in the European Union*. Obtenido de www.gs1.nl/sites/default/files/agf_handleiding_legal_labelling_requirements.pdf

Heinerluis1. (2013). *Video 12 Imprimir DUA en TICA-Consultas*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=2eXNO_77e6g

Holland.com. (2020).

- IBS Soluciones, PNAO. (2013). *Estudio sobre el entorno nacional de la agricultura orgánica en Costa Rica*. Solicitado por: Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO). Obtenido de <https://docplayer.es/12889524-Estudio-sobre-el-entorno-nacional-de-la-agricultura-organica-en-costa-rica.html>
- ICC. (8 de Setiembre de 2020). *iccwbo.org*. Obtenido de <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-2020/>
- IFOAM. (9 de Agosto de 2008). *WWW.IFOAM.BIO*. Obtenido de www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic
- IICA. (2001). *Comercio y Medio Ambiente: análisis de la nueva normativa*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/10667/BVE20077963e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- IICA. (2010). *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica*. San José. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6572/BVE18029674e.pdf?sequence=1>
- INS. (2020). *www.ins-cr.com. Seguro crédito de exportación*. { . Obtenido de <http://portal.ins-cr.com/PortalINS/D1-InformacionProdContenido.aspx?NRMODE=Published&NRORIGINALURL=%2Fportal%2Eins-cr%2Ecom%2FEmpresas%2FSegurosCo%2FSegCredExpLocal%2F&NRNODEGUID=%7BCD77E4CB-EE50-440E-94D3-46E6D0281B61%7D&NRCACHEHINT=Guest#:~:text=Con%20e>
- INS. (2020). *www.ins-cr.com. Seguro exportación*. Obtenido de <http://portal.ins-cr.com/PortalINS/D1->

InformacionProdContenido.aspx?NRMODE=Published&NRORIGINALURL=%2Fportal%2Eins-cr%2Ecom%2FEmpresas%2FSegurosCo%2FSegCarga%2FSeguro%2Bde%2BCarga%2BImportaci%25C3%25B3n%2By%2BExportaci%25C3%25B3n%2FimportacionCoberturas%2

- Isaac, B. (2014). Safety, Quality and Certification in Organic Agricultural Produce. . En P. A. Shetty (Ed.), *Organic Farming and Sustainability. National Institute of Advanced Studies. Indian Institute of Science Campus, Bangalore-560012*. Obtenido de <https://www.pdfdrive.com/organic-farming-and-sustainability-e43392146.html>
- ITC. (2012). *www.intracen.org. Export impact for Good. Packing of Organic Foods*. Obtenido de www.intracen.org/Packaging-for-Organic-Foods/
- Kellon, D., León, R., & Marsh, R. (2011). *Ecoagriculture Report: Pineapple producer perspectives and policy implications to promote ecologically sustainable production of pineapple in Costa Rica*. EcoAgriculture Partners., Washington, DC. Obtenido de <https://studylib.es/doc/7691368/perspectivas-de-los-productores-de-pi%C3%B1a-e-implicaciones>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (Vol. 11). Pearson Educación de México. doi:ISBN: 978-607-32-1722-4
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Vol. 17e). Pearson. Obtenido de <http://rezakord.com/uploads/91b0c5c8c158421fa332a449c435e1b4.pdf>

- La Gaceta No.211. (2019). RESOLUCIÓN DE ALCANCE GENERAL RESOLUCIÓN RES-DGA-231-2019. Obtenido de https://www.sfe.go.cr/DocsARAO/La_Gaceta_Creaci%C3%B3n_nota_tecnica_390_productos_org%C3%A1nicos.pdf
- Lainiotis, G. (2015). *Exporting from failure to success: an exclusive global guide for small & medium enterprises*. Smashwords Edition. Obtenido de www.scribd.com/read/293440639/Exporting-From-Failure-To-Success-An-Exclusive-Global-Guide-For-Small-Medium-Enterprises#
- Leeman., J. J. (2010). *Export planning. A 10-s-step approach. How to develop an international plan. Business Process Management*. Institute II BPM. Obtenido de <https://es.scribd.com/book/291089840/Export-Planning-A-10-step-approach>
- López, K., & Mora, R. (2018). Análisis de la disponibilidad de piña orgánica y jugo de piña orgánica en Costa Rica para la exportación. *Revista Pensamiento Actual - Vol 18 - No. 31 2018. ISSN Impreso: 1409-0112 ISSN Electrónico 2215-3586*. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/35624>
- MAG. (n/a de n/a de 1991). *Biblioteca virtual: Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica*. Obtenido de www.mag.go.cr: <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-0658pina.pdf>
- MAG. (18 de Agosto de 2020). *Estructura. Oficinas. Gerencias Programas Nacionales. Departamento de Producción. Acerca del Departamento*. Obtenido de www.mag.go.cr/acerca_del_mag/estructura/oficinas/Dep.produccion-organica.html#:~:text=En%201994%20el%20gobierno%20de,Costa%20Rica%20a%20trav%C3%A9s%20del
- MAG, COOPEASSA R.L. (2019). *www.mag.go.cr. Dirección Nacional de Extensión Agropecuaria Región de Desarrollo Agropecuario Brunca Agencia de Extensión*

Agropecuaria Pejibaye. Proceso de cambio de fincas con agricultura convencional hacia la diversificación y producción orgánica. Obtenido de www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/C20-11081.pdf

MAG-ARAO. (2000-2019). *Estadística de áreas certificadas como orgánicas y exportación de productos orgánicos por año.* Obtenido de SFE. MAG. Costa Rica: <https://www.sfe.go.cr/SitePages/ARAO/InicioARAO.aspx>

MAG-SFE, IICA, INTA, MINAE, MS, AYA. (2019). *Manual de buenas prácticas agrícolas para la producción sostenible del cultivo de la piña (Ananas comosus L.). -- 2 ed. -- San José, C.R. : MAG-SFE/IICA/INTA/MINAE/MS/AYA, 2019.* San José. Obtenido de <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-11044.PDF>

MEIC. (2015). *www.meic.go.cr.* Obtenido de MEIC: <https://www.meic.go.cr/meic/documentos/gb4gfd5ym/CharlaEtiquetadoProductos2015.pdf>

Méndez, A. (. (21 de Octubre de 2017). BCR quiere rematar finca por deuda que agricultor ya canceló. Afectado tiene declaración jurada que confirma pago, Zona Norte. *Sucesos.* Obtenido de www.diarioextra.com/Noticia/detalle/345205/bcr-quiere-rematar-finca-por-deuda-que-agricultor-ya-cancel-

Ministerio de Hacienda de Costa Rica, Aduana Fácil. (2021). *Clasificando Mercancías en el Arancel.* Obtenido de www.hacienda.go.cr/AduanaFacil: <https://www.hacienda.go.cr/AduanaFacil/guias/6CCFCCDF-E92B-47E1-AA5F-4230F817B9DB?ReturnUrl=https%3a%2f%2fwww.hacienda.go.cr%2fAduanaFacil%2fGuia%3fig%3d2980399F-3C85-4934-9ED5-AAFFD3248235#3E34198A-C8F4-4BAD-AE6A-2B9C62C0B71B>

Molina, M. (2002). Variables que influyen en el consumo de alimentos orgánicos en la Región del Maule. *Economía Agraria. Volumen 17. 2013.* Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/278714955_Variables_que_influyen_en_el_consumo_de_alimentos_organicos_en_la_Region_del_Maule_Chile

Moreira, D., & Castro, C. (2016). *Suelos vivos y sanos para la adaptación al cambio climático. Un día en la finca: Agrícola La Danta*. EUROCLIMA-IICA. Obtenido de www.euroclimaplus.org/edocman/sectores/alimentos/3.BVE17068934e.pdf

Nennie, I., & De Boer, H. (2018). *Sustainable Pineapple Costa Rica Market Study CSR Netherlands*. MVO Nederland/ De Groene Zaak. Países Bajos: Enterprise Agency. Obtenido de www.rvo.nl/sites/default/files/2018/06/sustainable-pineapple-costa-rica-market-study.pdf

Nicoverde. (2020). Obtenido de <https://www.bpmesoamerica.org/partner-view/nico-verde/>

Niggli, U. (2007). *Organic Farming An International History. The Evolution of Organic*. 5.2 *Problems of Early Organic Farms*. (W. Lockeretz, Ed.) CAB International. Obtenido de <http://base.dnsgb.com.ua/files/book/Agriculture/Organic-Agriculture/Organic-Farming-An-International-History.pdf>

OECD. (2017). *Food and Agricultural Reviews Agricultural Policies in Costa Rica*. Obtenido de www.oecd.org/countries/costarica/AgPol_CR_en.pdf

OECD. (2017). *Food and Agricultural Reviews Agricultural Policies in Costa Rica. Enable diversification into niche or differentiated products*. Obtenido de www.oecd.org/countries/costarica/AgPol_CR_en.pdf

OECD. (2017). *Food and Agricultural Reviews Agricultural Policies in Costa Rica. Increasing value from agriculture also means exploiting opportunities to expand niche products*. Obtenido de www.oecd.org/countries/costarica/AgPol_CR_en.pdf

- OECD. (2017). *Food and Agricultural Reviews Agricultural Policies in Costa Rica. Organic Production in Costa Rica*. Obtenido de www.oecd.org/countries/costarica/AgPol_CR_en.pdf
- OECD/FAO. (2019). *Agricultural Outlook 2019 2028*. Obtenido de www.fao.org/3/ca4076en/CA4076EN.pdf
- Organic-bio. (2020). Obtenido de www.organic-bio.com/en/fairs/
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO). (7 de Agosto de 2020). Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>
- Ortiz, E., & Martínez, J. C. (2012). *El consumo sostenible como perspectiva innovadora. V. Consumo sostenible y ecológico. Consumo responsable*. ESPAÑA: EUMED. Obtenido de http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55728.pdf
- Ozturkoglu, Y. (2016). On the 4Ps & 4Cs of Green Logistics Marketing Mix. Logistics and Transport. *Semantics Scholar*. Obtenido de https://pdfs.semanticscholar.org/57c7/1b0ad298b746c051d907522ee6a302af3a82.pdf?_ga=2.209353808.313576781.1598035049-1576621423.1598035049
- Panjiva S&P Market Intelligence. (2019). *es.panjiva.com. Fresh Pineapple Organic. HTS 0804.30*. Recuperado el 1 de Setiembre de 2020, de es.panjiva.com/Agicola-Industries-La-Lydia-S-A/1342926, es.panjiva.com/Asociacion-De-Productores-Bio-Ecologicos-Del-Norte/36857476, es.panjiva.com/Itacu-Corporation-Sociedad-De-Responsabilidad-Limitada/36857055, panjiva.com/L-Y-L-Proyectos-Mmv-SA/29846436
- Presidencia de la República y MAG. (2001). *Reglamento de Agricultura Orgánica N° 29782-MAG*. Decreto Ejecutivo. Recuperado el 9 de Agosto de 2020, de www.mag.go.cr/legislacion/2001/de-29782.pdf
- ProBio. (2020). Obtenido de probiocr.com/productos/

- PROCOMER. (2017). *Guía de optimización logística Costa Rica*. . Obtenido de https://www.PROCOMER.com/wp-content/uploads/Materiales/Guia_de_Optimizacion_Logistica2020-02-27_14-39-52.pdf.
- PROCOMER. (2017). *Oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes. Union Europea. Enrique Ulloa Leitón*. Obtenido de <https://economistvision.com/wp-content/uploads/2017/01/ESTUDIO-DE-COSTA-RICA-HACIA-DONDE-EXPORTAR-PRODUCTOS-NO-TRADICIONALES.pdf>
- PROCOMER. (2017). *www.procomer.com. Guía informativa sobre temas de comercio exterior Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX)*. . Obtenido de https://www.PROCOMER.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa_sobre_temas_de_comercio_exterior2020-03-17_17-54-02.pdf
- PROCOMER. (2017-2019). *www.procomer.com, Portal Estadístico de Comercio Exterior , Exportaciones, Partida 0804300011*. Obtenido de <http://sistemas.procomer.go.cr/estadisticas/inicio.aspx>
- PROCOMER. (2019). *www.procomer.com, Portal Estadístico de Comercio Exterior , Exportaciones, Región: Unión Europea, Partida 0804300019*). Obtenido de <http://sistemas.procomer.go.cr/estadisticas/inicio.aspx>
- PROCOMER. (2019). *www.procomer.com. Portal Estadístico de Comercio Exterior , Exportaciones, País: Holanda, Partida 0804300019*. Obtenido de <http://sistemas.procomer.go.cr/estadisticas/inicio.aspx>
- PROCOMER. (2020). *Sistema Integrado de Logística. PROCOMER*. Obtenido de <http://silogisticacr.com/#/proceduresAndDocuments/>

PROCOMER. (28 de Agosto de 2020). *www.procomer.com. Preguntas frecuentes. Que es una clasificación arancelaria*. Obtenido de www.PROCOMER.com/preguntas-frecuentes/

PROCOMER Alimento orgánicos frescos y procesados. (2020). *www.procomer.com. Oferta local, demanda internacional y particularidades de comercialización en alimentos orgánicos frescos y procesados*. Obtenido de <http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/91EFA2E6-A2A6-4B86-80BA-1F04FE4C7E7B.pdf>

PROCOMER. (s.f.). <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Acuerdos-comerciales.pdf>. Obtenido de www.procomer.com: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Acuerdos-comerciales.pdf>

PROCOMER VUCE. (s.f.). *PROCOMER. VUCE, Guía de Registro único de exportador*. Recuperado el 20 de Setiembre de 2020, de www.procomer.com/wp-content/uploads/Guia-para-el-registro-Primera-Vez.pdf

Radio 88 stereo. (2017). *Piña orgánica de San Antonio de la amistad para el mundo*. Obtenido de <http://www.88stereo.com/pina-organica-san-antonio-la-amistad-mundo/>

Real Academia Española. (2021). *Diccionario panhispánico del español jurídico RAE*. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/acuerdo-de-asociaci%C3%B3n>

Rodríguez, A. (2006). *Piña en Costa Rica: producción y ambiente. Pequeños productores exportando piña orgánica. Revista Mensual sobre la actualidad ambiental ISSN 1409-214X Nº 158*. Obtenido de www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/158.pdf

Rosendo, V. (2018). *Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico empresarial*. (E. EDITORIAL, Ed.) Madrid: ESIC BUSINESS MARKETING SCHOOL.

Obtenido de

https://books.google.co.cr/books?id=LI9RDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ruben, R., & Sáenz, F. (2008). *Farmers, markets and contracts. Chain integration of smallholder producers in Costa Rica*. (Vol. 85). European Review of Latin American and Caribbean Studies. Obtenido de https://agritrop.cirad.fr/567521/1/document_567521.pdf

Saborío, P. V. (2017). Para certificar un alimento como orgánico, productores deben pagar almuerzo y traslados de inspector. *Ameliarueda.com*. Obtenido de <https://www.ameliarueda.com/nota/certificar-alimento-organico-productores-pagar-almuerzo-traslados-inspector>

Salas, H. (2018). Marketing Ecológico: La Creciente Preocupación Empresarial Por La Protección Del Medio Ambiente. *Research Gate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/326345063_Marketing_ecologico_La_creciente_preocupacion_empresarial_por_la_proteccion_del_medio_ambiente

Sarsby, A. (2016). *SWOT Analysis: A Guide to SWOT for business studies students*. England: Leadership Library. Obtenido de https://books.google.co.cr/books?id=Yrp3DQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Seyoum, B. (2009). *Export-Import Theory, Practices, and Procedures* (Vol. II). Routledge. Obtenido de www.pdfdrive.com/export-import-theory-practices-and-procedures-second-edition-e7438483.html

Shetty, P., Alvares, C., & Kumar Yadav, A. (2014). *Organic Farming and Sustainability. Preface. iii.* . (P. Shetty, C. Alvares, & A. Kumar Yadav, Edits.) Bangalore: National Institute of Advanced Studies. Indian Institute of Science Campus, Bangalore-

560012. Obtenido de <https://www.pdfdrive.com/organic-farming-and-sustainability-e43392146.html>

Siwa Juices. (2020). Obtenido de siwajuices.com/proveedores/

Sligh, M., & Cierpka, T. (2007). *Organic Farming An International History*. (W. Lockeretz, Ed.) Massachusetts, USA: CAB International. Obtenido de <http://base.dnsgb.com.ua/files/book/Agriculture/Organic-Agriculture/Organic-Farming-An-International-History.pdf>

Soto, G. (2002). *Certificación de productos orgánicos: La garantía necesaria para incorporarse al mercado internacional*. CATIE. Obtenido de http://webiica.iica.ac.cr/comuniica/n_17/art.asp?art=5

Spulber, D. (2007). *Global Competitive Strategy. The Global Mosaic. The four costs of trade*. Cambridge University Press. Obtenido de https://www.amazon.com/Global-Competitive-Strategy-Daniel-Spulber-ebook-dp-B001BP5KQW/dp/B001BP5KQW/ref=mt_other?_encoding=UTF8&me=&qid=

Statista 0. (Agosto de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Total expenditure on sustainable food in the Netherlands from 2013 to 2018*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/638696/total-expenditure-on-sustainable-food-in-the-netherlands/>

Statista 1. (Abril de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Total turnover of organic products in the Netherlands 2013-2018, by purchase channel*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/788152/total-turnover-of-organic-products-in-the-netherlands-by-purchase-channel/>

Statista 2. (Julio de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Number of organic food companies in the Netherlands 2019, by province*. Obtenido

de <https://www.statista.com/statistics/986577/number-of-organic-food-companies-in-the-netherlands-by-province/>

Statista. (Marzo de 2020). *Statista. Retail & Trade. Food & Beverage. Organic Udea supermarkets in the Netherlands 2018, by chain*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/952001/organic-udea-supermarkets-in-the-netherlands->

Statista. (Mayo de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Distribution of the organic products market in the Netherlands 2018, by category*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/801381/distribution-of-the-organic-products-market-in-the-netherlands-by-category/>

Statista. (Junio de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Expenditure on organic products in the Netherlands 2018, by household type*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/801365/expenditure-on-organic-products-in-the-netherlands-by-household-type/>

Statista 3. (Abril de 2020). *Statista. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Total turnover of organic products in the Netherlands 2013-2018, by purchase channel*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/788152/total-turnover-of-organic-products-in-the-netherlands-by-purchase-channel/>

Statista 4. (Marzo de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Total number of organic supermarkets in the Netherlands 2014-2019*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/614597/total-number-of-organic-convenience-stores-in-the-netherlands/>

Statista 5. (Mayo de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Price level of organic products compared to non-organic in the Netherlands 2014-*

2019. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/1117045/price-level-organic-products-netherlands/>

Statista 6. (Agosto de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Share of households buying organic products in the Netherlands 2018-2019*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/1117066/netherlands-share-households-buying-organic-products/>

Statista 7. (Julio de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Per capita expenditure on organic products in the Netherlands 2010-2018*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/911958/per-capita-expenditure-on-organic-products-in-the-netherlands/>

Statista 8. (Marzo de 2020). *www.statista.com. Consumer Goods & FMCG. Food & Nutrition. Market share of organic vegetables and fruit sales in the Netherlands 2005-2020*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/667013/market-share-of-organic-vegetables-and-fruit-sales-in-the-netherlands/>

Stern, L. W., & et.al. (s.f.). *Canales de Comercialización* (Vol. Quinta). Prentice Hall. Obtenido de https://books.google.co.cr/books?id=Tzw1JBz0slQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sulser, R., & José, P. (2004). *Exportación Efectiva* (Segunda ed.). Mexico: ISEF Empresa Lider. Obtenido de <https://books.google.co.cr/books?id=xAUmAgalnHAC&pg=PA67&dq=mercado+meta&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjyXNeF8rrvAhVru1kKHdMNDOoQ6AEwAXoECAMQAg#v=onepage&q=mercado%20meta&f=false>

Sutton, R. (2015). *Export & Expand. A practical guide to international growth*. doi:ISBN: 978-1-4835477-9-4. Páginas 17-31.

- TNS Political & Social solicitado por la UE. (2013). *Flash Eurobarometer 367: Attitudes of Europeans towards building the single market for green products*. Obtenido de https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1048_367
- Trigo, E., & Kaimowitz, D. (1996). *Economía y sostenibilidad: ¿puedes compartir el planeta?* IICA, San José. San José: IICA. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/12558/BVE20108302i.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- UE Trade Helpdesk. (Setiembre de 2020). *www.trade.ec.europa.eu. Documents Customs Clearance*. Obtenido de www.trade.ec.europa.eu/tradehelp/documents-customs-clearance
- UNECE . (2017). *UNECE STANDARD FFV-49*. Obtenido de Concerning the marketing and commercial quality control of PINEAPPLES 2017 EDITION.: www.unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/standard/fresh/FFV-Std/English/49_Pineapples.pdf
- USDA. (2018). *Gain Report Report Number: NL8006. Netherlands. The Organic Market in the Netherlands*. Foreign Agricultural Service. Approved by Susan Phillips. Prepared by Marcel Pinckaers. Obtenido de <https://www.fas.usda.gov/data/netherlands-organic-market-netherlands>
- USDA. (2019). *Gain Report Report Number: NL9020. Global Agricultural Information Network. Netherlands Retail Foods. The Dutch Food Retail Report 2019*. USDA, Approved by Susan Phillips. Prepared by Marcel Pinckaers., Foreign Agricultural Service. Obtenido de <https://www.fas.usda.gov/data/netherlands-retail-foods-4>
- Van Huylenbroeck, G., & Espinel, R. L. (2007). *Importance of institutions and governance structures for market access and protection of property rights of small farmers in*

developing countries. Wageningen Academic. Obtenido de
https://agritrop.cirad.fr/567521/1/document_567521.pdf

Vargas, F. (24 de Abril de 2015). Cómo certifico mis productos orgánicos? *Periódico La República*. Obtenido de
www.larepublica.net/noticia/como_certifico_mis_productos_organicos

Vega, R., Saénz, F., & Le Coq, J. F. (2012). *Genesis, evolución, y funcionamiento de una certificación socio ambiental en Costa Rica: El caso de Rainforest Alliance Certified (RAC)*. Obtenido de https://agritrop.cirad.fr/567521/1/document_567521.pdf

Vogt, G. (2007). *Organic Farming An International History. 2. The Origins of Organic Farming*. (W. Lockeretz, Ed.) CAB International. Obtenido de
<http://base.dnsgb.com.ua/files/book/Agriculture/Organic-Agriculture/Organic-Farming-An-International-History.pdf>

Willer, H., & Yussefi, M. (2007). *En: Organic Farming An International History. The Organic Market Aschemann et al*. Obtenido de
<http://base.dnsgb.com.ua/files/book/Agriculture/Organic-Agriculture/Organic-Farming-An-International-History.pdf>

Anexos

Anexo A. Exportaciones de la Asociación De Productores Bio Ecológicos Del Norte (ProBio) entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2017-08-08	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-08-01	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	40085	40.1
2017-07-25	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40170	40.2
2017-07-18	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA ORGANICA-	20340	20.3
2017-07-11	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-07-05	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-06-13	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	20200	20.2
2017-06-06	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA ORGANICA-	19590	19.6
2017-06-02	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA ORGANICA-	20120	20.1
2017-05-30	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19499	19.5
2017-05-23	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	20135	20.1
2017-05-19	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA FRESCA-	19147.5	19.1
2017-05-16	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	20680	20.7

2017-05-12	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA FRESCA-PIÑA FRESCA-	19455	19.5
2017-05-09	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	20060	20.1
2017-04-21	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-	19560	19.6
2017-04-21	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-04-19	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-04-11	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-04-11	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-04-07	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0714.10.00.0019 0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-YUCA FRESCA-	19656	19.7
2017-04-05	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-03-31	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-03-29	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-	19560	19.6
2017-03-24	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-03-22	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	YUCA FRESCA-PIÑA FRESCA-	19656	19.7
2017-03-17	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-	19560	19.6
2017-03-16	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19560	19.6
2017-03-07	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	24221.142	24.2
2017-03-03	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-	19440	19.4
2017-02-28	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-	19440	19.4
2017-02-23	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0714.10.00.0019 0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	YUCA FRESCA-PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	21735	21.7
2017-02-22	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19815	19.8
2017-02-15	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0714.10.00.0019 0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-YUCA FRESCA-	19534.5	19.5
2017-02-07	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	18840	18.8
2017-02-03	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	17628.12	17.6
2017-02-01	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	19416	19.4
2017-01-23	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0714.10.00.0019 0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-PIÑA ORGANICA-YUCA FRESCA-	19480.5	19.5
2017-01-18	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0714.10.00.0019 0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA-YUCA FRESCA-PIÑA ORGANICA-	19480.5	19.5
2017-01-10	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	20160	20.2

2017-01-03	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2016-10-26	Asociacion De Productoras Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11 0804 30 00 19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2016-10-14	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11	PIÑA ORGANICA-	18000	18.0
2016-10-12	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11 0804 30 00 19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA- PIÑA ORGANICA-	1280160	1,280.2
2016-10-07	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11 0804 30 00 19	PIÑA FRESCA- PIÑA FRESCA-	1720320	1,720.3
2016-10-04	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11	PIÑA ORGANICA- PIÑA ORGANICA-	40320	40.3
2016-09-30	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2016-09-21	Asociacion De Productores Bio Ecologicos Del Norte	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 11 0804 30 00 19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	1253921.53	1,253.9

Anexo B. Exportaciones de Itacu Corporation Sociedad de Responsabilidad Limitada entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2017-02-23	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	43560	43.6
2017-02-17	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	43560	43.6
2017-02-10	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	66937.5	66.9
2017-02-03	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	66937.5	66.9
2017-01-27	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	21750	21.8
2017-01-21	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	61122.5	61.1
2017-01-13	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	62800	62.6
2017-01-03	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0019	PIÑA FRESCA-PIÑA FRESCA ORGANICA-	20930	20.9

2016-10-28	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	41160	41.2
2016-10-21	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA-PIÑA FRESCA ORGANICA-	21320	21.3
2016-10-14	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA-PIÑA FRESCA ORGANICA-	43000	43.0
2016-10-07	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	60320	60.3
2016-06-17	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	57960	58.0
2016-06-09	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA-PIÑA FRESCA ORGANICA-	38640	38.6
2016-06-03	Itacu Corporation Sociedad De Responsabilidad Limitada	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 19	PIÑA FRESCA ORGANICA-PIÑA FRESCA-	38640	38.6

Anexo C. Exportaciones de LYL Proyectos MMV SA entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	Tonnes
2017-09-28	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-09-20	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-09-12	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-09-06	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	20160	20.2
2017-08-28	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	16900	16.8
2017-08-14	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	40688	40.7
2017-08-14	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	3.1	0.0
2017-07-31	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40688	40.7
2017-07-28	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011	PIÑA ORGANICA-	3.1	0.0
2017-07-24	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	51175.38	51.2
2017-04-17	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	21003.11	21.0
2017-03-30	LYL Proyectos MMV SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804.30.00.0019	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	43680	43.7

Bill of lading 007561

Shipment Details

Shipping Number	007561
Shipment Date	2017-09-28
Shipment Destination	Netherlands
Shipment Destination (Original Format)	HOLANDA (PAISES BAJO
Transport Method	Maritime
Customs Regime	ADUANA DE LIMÓN
Is Containerized	
Volume (TEU)	1.83
Gross Weight (kg)	22680
Net Weight (kg)	20160
Value of Goods, CIF (USD)	18480
Value of Goods, FOB (USD)	18480
Declaration Number	006-2017-161898

Company Details

Shipper	L Y L Proyectos Mmv SA
Shipper Tax Number	310141098003
Shipper Global HQ	
Shipper Domestic HQ	
Shipper Ultimate Parent	

1 Item

Item 1

Declarant Name (Customs Agent)	
Tax ID Number (Declarant)	

Bill of lading 007378

Shipment Details

Shipping Number	007378
Shipment Date	2017-09-20
Shipment Destination	Netherlands
Shipment Destination (Original Format)	HOLANDA (PAISES BAJO
Transport Method	Maritime
Customs Regime	ADUANA DE LIMÓN
Is Containerized	
Volume (TEU)	1.83
Gross Weight (kg)	22680
Net Weight (kg)	20160
Value of Goods, CIF (USD)	18480
Value of Goods, FOB (USD)	18480
Declaration Number	006-2017-157264

Company Details

Shipper	L Y L Proyectos Mmv SA
Shipper Tax Number	310141098003
Shipper Global HQ	
Shipper Domestic HQ	
Shipper Ultimate Parent	

1 Item

Item 1

Declarant Name (Customs Agent)	
Tax ID Number (Declarant)	

Bill of lading 007230

Shipment Details

Shipping Number	007230
Shipment Date	2017-09-12
Shipment Destination	Netherlands
Shipment Destination (Original Format)	HOLANDA (PAISES BAJO
Transport Method	Maritime
Customs Regime	ADUANA DE LIMÓN
Is Containerized	
Volume (TEU)	1.83
Gross Weight (kg)	22680
Net Weight (kg)	20160
Value of Goods, CIF (USD)	18480
Value of Goods, FOB (USD)	18480
Declaration Number	006-2017-152676

Company Details

Shipper	L Y L Proyectos Mmv SA
Shipper Tax Number	310141098003
Shipper Global HQ	
Shipper Domestic HQ	
Shipper Ultimate Parent	

1 Item

Item 1

Declarant Name (Customs Agent)	
Tax ID Number (Declarant)	

Bill of lading 007117

Shipment Details

Shipping Number	007117
Shipment Date	2017-09-06
Shipment Destination	Netherlands
Shipment Destination (Original Format)	HOLANDA (PAISES BAJO
Transport Method	Maritime
Customs Regime	ADUANA DE LIMÓN
Is Containerized	
Volume (TEU)	1.83
Gross Weight (kg)	22680
Net Weight (kg)	20160
Value of Goods, CIF (USD)	18480
Value of Goods, FOB (USD)	18480
Declaration Number	006-2017-150017

Company Details

Shipper	L Y L Proyectos Mmv SA
Shipper Tax Number	310141098003
Shipper Global HQ	
Shipper Domestic HQ	
Shipper Ultimate Parent	

1 Item

Item 1

Declarant Name (Customs Agent)	
Tax ID Number (Declarant)	

Anexo D. Exportaciones de Piña Pavon S.A. entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos que incluyeron cargamentos de piña orgánica.

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnes
2019-08-29	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2019-08-22	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	18952	19.0
2019-08-16	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	18952	19.0
2019-08-08	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-07-31	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-07-26	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	19112	19.1
2019-07-11	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	16216	16.2
2019-07-03	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2019-06-25	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-06-18	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2019-06-11	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-05-30	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	19096	19.1
2019-05-21	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-05-16	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-05-03	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2019-04-23	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	19096	19.1
2019-04-15	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	19040	19.0
2019-04-09	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA PIÑA FRESCA	2000	2.0
2019-04-05	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA FRESCA PIÑA ORGANICA	2000	2.0
2017-09-12	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2017-04-25	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 0011 0804	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0

2017-04-18	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2017-03-28	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.0011 0804	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-10-25	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-10-11	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2016-10-04	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2016-09-27	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-09-20	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2016-09-06	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2016-09-02	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11	PIÑA ORGANICA-	2500	2.5
2016-08-30	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-08-23	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-08-16	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2016-08-08	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-08-01	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-06-07	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	5000	5.0
2016-05-24	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19320	19.3
2016-05-17	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	19320	19.3
2016-05-10	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19320	19.3
2016-05-03	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19320	19.3
2016-04-26	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19480	19.5
2016-04-19	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	19320	19.3
2016-04-12	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19480	19.5
2016-04-05	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19320	19.3
2016-03-29	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40320	40.3
2016-03-22	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	5000	5.0
2016-03-06	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	22176	22.2
2016-03-01	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	21000	21.0
2016-02-23	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA FRESCA- PIÑA ORGANICA-	22176	22.2
2016-02-09	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40320	40.3
2016-01-26	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	19205	19.2
2016-01-19	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	22176	22.2
2016-01-05	Piña Pavon SA	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804.30.00.11 0804.30.00.19	PIÑA ORGANICA- PIÑA FRESCA-	40320	40.3

Anexo E. Exportaciones de Nicoverde Sociedad Anónima entre el 2016-2019 hacia los Países Bajos de piña orgánica.

Fuente: (Panjiva S&P Market Intelligence, 2019)

Date	Shipper	Shipment Origin	Shipment Destination	Transport Method	HS Code	Goods Shipped	Weight (KG)	tonnage
2019-07-04	Nicoverde Sociedad Anonima	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-27	Nicoverde Sociedad Anonima	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-20	Nicoverde Sociedad Anonima	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-12	Nicoverde Sociedad Anonima	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA	920	0.9
2019-06-04	Nicoverde Sociedad Anonima	Costa Rica	Netherlands	MARITIMO	0804 30 00 00	PIÑA ORGANICA	920	0.9

Anexo F. Registro en el sistema VUCE

Fuente: (PROCOMER VUCE)

Formulario de Registro

Tipo de identificación:

Número de identificación:

Nombre Usuario:

Teléfono:

Email:

Tipo de firma: ☐ Digital ☐ Manual

Firma digital **Credenciales**

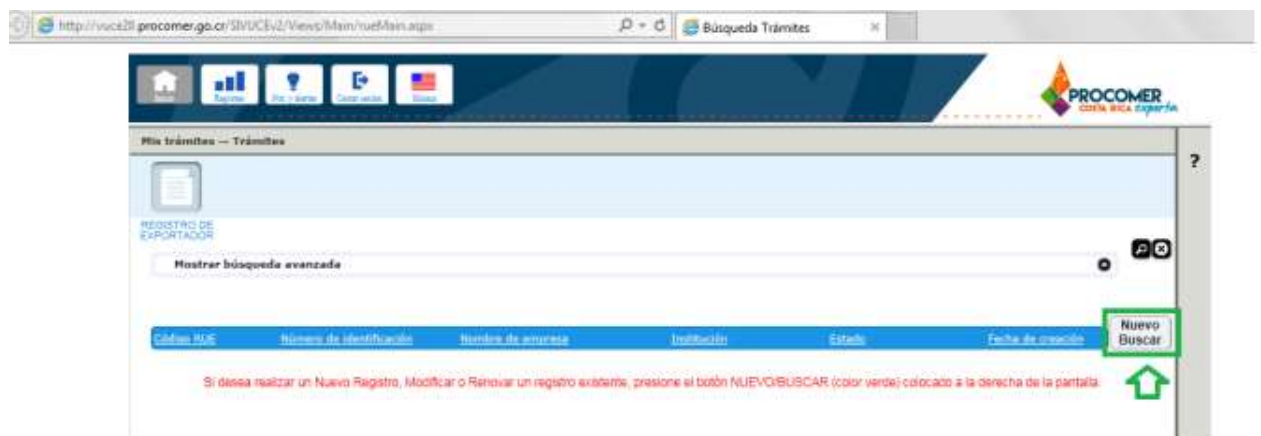
Nº de identificación:

Contraseña:

Si olvidó su contraseña haga [Click aquí](#)

Anexo G. Registro de Exportador en VUCE (RUE)

Fuente: (PROCOMER VUCE)



Identificación Cédula

Identificación Código RUE

Tipo de identificación

Número de identificación

Física

112280206

Buscar

Estado del registro Único de Exportadores por institución

Acciones	Institución	F. Caducidad	Estado	Código de registro
Registrar	PROCOMER - Promotora del Comercio Exterior			
	ANAQ - Autoridad Nacional para la Prohibición de las Armas Químicas			
	SFE - Servicio Fitosanitario del Estado			
	ANEIT - Asociación Nacional de Exportadores de la Industria Textil			
	DCA - Dirección de Cuarentena Animal			
	DIGECA - Oficina Técnica del Ozono			
	ICAFE - Instituto Costarricense del Café			
	INCOPECA - Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura			
	MINSEG - Oficina de Trámites, Desalmacenajes y Comercialización de la Dirección			

Datos Generales - NUEVO

Tipo de identificación

Número de identificación

Código RUE

Fecha de vencimiento

Física

112280206

Nombre

Teléfono

Fax

Apartado postal

Dirección de correo electrónico

Ventanilla donde se realizará el trámite

lianapochet@gmail.com

Central

Tipo de firma

Todos los representantes legales y demás personas que deben firmar, tendrán que contar con su firma digital

☒ Digital

☐ Manual

Direcciones

	Provincia	Canton	Distrito	Dirección
Agregar				

Sin registros que mostrar

Actividad y productos

Tipo de capital

Nacional ▼

Tipo de Exportador

▼

Sector

▼

Número de empleados

0

Productos a exportar

Producto	
 	
Agregar 	

Personal de la empresa

Representantes Legales

	Tipo de identificación	Número de identificación	Imagen de documento de identificación	
 	Física	112280206		
Mostrando 1 - 1 de 1				
Agregar 				

Personas Autorizadas

	Tipo de identificación	Número de identificación	Imagen de documento de identificación	
Sin registros que mostrar				
Agregar 				

Gerente general

Tipo de identificación

Física ▼

Número de identificación

112280206

Nombre y Apellidos

LILLIANA ARAYA POCHET

Teléfono

Fax

Email

Género

Masculino ▼

Nacionalidad

COSTA RICA ▼

Encargado de exportaciones

Tipo de identificación	Número de identificación	Nombre y Apellidos
Física ▼		
Teléfono	Fax	Email
Género	Nacionalidad	
Masculino ▼	COSTA RICA ▼	

Bitacora de la actividad

Fecha ▾	Usuario	Observación
21/03/2017 18:26:14	LILLIANA ARAYA POCHET	Solicitud creada
⚙️ << >> Página 1 de 1 5 ▾ Mostrando 1 - 1 de 1		

[Regresar](#)[Guardar](#)[Enviar](#)

Anexo H. Cotización de operador logístico MILESTONE FRESH COSTA RICA



Estimado cliente. Le presentamos nuestra oferta tarifaria para sus cargas a Europa:

Alajuela , 9/22/2020

Seafreight export rates

Origin	Destination	Service	Currency	40Ft HQ	TT
Puerto Limon	Rotterdam	Directly	Usd.	2.600.00	14 days

Notes:

These rates are valid from 31TH October-2020

Additional remarks:

Included the origin Charges.

Not Included the Destination Charges.

24 hrs free container in packing plant and 48 hrs free of electricity in APMT.

Not include the APMT Charges.

Subject space and equipment availability.

Your operation contact:

Shirley Guerrero

Tel.: 4031-9066 Email address: operations@milestonecostarica.com

Anexo I. Cotización de operador logístico MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY COSTA RICA S.R.L

MSC * TARIFA MOIN-ROTTERDAM * AGRICOLA LA DANTA *

marco.solis@msc.com

to me ▾

Buen día Lilliana,

La tarifa que podemos ofrecerle en este momento es el siguiente:

Moin-Antwerp-Rotterdam.

Servicio Directo saliendo de Moin los domingos.

Antwerp Aprox transit time: 12dd

Rotterdam Aprox transit time: 13dd

Consignee: Agrofair Benelux.

Tarifa Marítima:

US\$1,750 (othc incl)+ BRQ* US\$480 x cntr , port/port.= US\$2,210.00 port/port.

+POD (Cargos en destino)

+dthc+csf+cdd+isc+POL&POD Locals.

Validez de esta tarifa: Dec.31.2020.

Standard Conditions at POL&POD.

+ POL (Cargos locales en Moin):

Doc Fee, US\$80.00 x bl

Seal Fee, US\$10.00 x cntr

Gate Fee, US\$100.00 x cntr

TCM-APM Terminals: 55.00 x cntr.

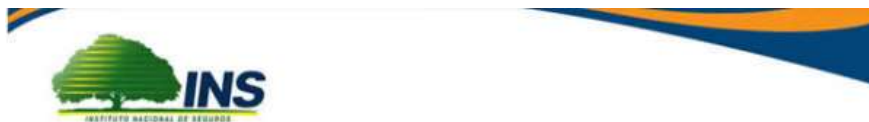
Tarifa de flete Terrestre La Virgen de Sarapiquí-Moin, US\$470.00 + US\$125.00 de chasis de 3 ejes en caso se requiera si la carga excede 21.5 toneladas.

Operacion de este servicio es los días domingo en TCM-APM Terminals Moin.

Tiempo libre de tomas electricas es 48 hrs, contando contando desde el cut-off del buque, este cut-off es los sabados a las 1700.

Entrega a Puerto sin cargos electricos inicia los jueves a partir de las 1700 hasta sabado a las 1700.

Anexo J. Cotización de Seguro de carga exportación: Instituto Nacional de Seguros



Informe de Cotización

Seguro de Carga Importación / Exportación Modalidad Cerrada

Datos Generales del Intermediario

Intermediario: FERNANDEZ VASQUEZ MARIBEL

Fecha de cotización: 29/09/2020
 Número de cotización: I-CIEMC8738ZEAAZC
 Moneda: Ins - Dólares
 Tipo tarifa: No Cooperativas
 Clasificación de mercancía: G4-Comida
 Tipo de transporte: Marítimo
 Origen/Destino: Europa
 Monto asegurado: \$13,320.00
 Condición de la mercancía: Nueva

COBERTURAS DEL SEGURO	Prima
Cobertura A: Todo riesgo	\$48.00
Prima total (I.V.I)	\$54.24

GRACIAS POR COTIZAR NUESTROS SEGUROS

Este documento únicamente constituye una cotización de seguro, la cual puede presentar alguna modificación de acuerdo con el análisis del riesgo que se realice. Cuenta con una vigencia de 30 días naturales contados a partir de la fecha en que se genera la cotización.

La documentación contractual y la nota técnica que integran este producto, están registrados ante la Superintendencia General de Seguros de conformidad con lo dispuesto por el artículo 29, inciso d) de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros Ley 8653, bajo el registro número G05-48-A01-070 de fecha 6 de enero de 2010.

Nota: Monto por USD 16,666 serían \$67.81 (confirmado por agente de seguros)

Anexo K. Cotización de tarimas europeas: Maderas y Tarimas Anchía.

Certificación de tratamiento térmico de la madera y sellos
para exportación de las tarimas.

Precios: Largo x ancho x alto

A. Estilo Europea

1. 100x100x12 €8000 ii

2. 120x80x12 €8000 ii

3. 120x100x12 €8500 ii

4. 120x120x12 €9700 ii

B. Estilo Americana

1. 100x100x12 €7700 ii

2. 120x80x12 €7700 ii

3. 120x100x12 €8400 ii

C. Estilo Americana y Europea de segunda

1. 122x102x12 €5000 ii

(No hay minimo para pedidos)

Anexo L. Cotización de 10000 cajas de empresa “Corrugados del Atlántico S.A.”

RE: ayuda  

 **rpadiila@codelasc.co.cr** Nov 8, 2020, 11:27 PM  

 to me, momero *

Buenos días, el costo sería este: sólo tuviste una pequeña diferencia, anotaste 229,06. Cuando en realidad son 290,60

Precio por el millar	Precio unitario	Cantidad	Sub Total	IVA	Total General
2.229,06	2,2291	10.000	22.290,60	2.897,78	25.188,38

Saludos cordiales,

Eze. Rocio Padilla Sibaja
 Gerente de Ventas
 Tel. +506-2480-3238
 Cel. +506 8303-3403

Corrugados del Atlántico S.A


Anexo M. Cotización de 60000 etiquetas de: Etipres S.A



Etiquetas Impresas Etipres, S.A.
Cédula Jurídica 3-101-070600

COTIZACION

R03-P41.1 V8

CLIENTE
Agrícola La Danta
Tel:

Cotizacion No:	355
Moneda:	DOLARES
Fecha:	30/09/2020
Ejecutivo de Ventas:	
ESMERALDA CORREA	

Descripción	Cantidad	Tamaño	Superficie	Adhesivo	Acabado	Precio	Desc	Imp	Total
COLILLA PARA PIÑA IMPRESA FULL COLOR TIRO Y UNA TINTA RETIRO	60000	10.5 x 8.5 cm	POLIPROPILENO O BLANCO BRILLANTE	NO TIENE	NO APLICA	0.0560	0.00	13.00	3,796.80

Observaciones:

Total	3,796.80
--------------	----------

--

Validez de la Oferta	Forma de Pago	Tiempo de Entrega
3 MESES	CONTADO	A CONVENIR

Todos nuestros precios más impuestos de ventas:
El cliente acepta un 10% menos o más de la cantidad contratada

Nota: El cliente se hace responsable por el cumplimiento de las legislaciones vigentes en materia de contenido y producto de las etiquetas solicitadas y examina a Etipres S.A. de cualquier responsabilidad en ese sentido.

Anexo N. Contrato modelo de compraventa comercial internacional de mercaderías
recomendado por la Cámara De Comercio Internacional (ICC siglas ingles)

PARTES:

Vendedor

Nombre (denominación social de la empresa)

.....

Forma legal (por ejemplo, sociedad de responsabilidad limitada)

.....

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil

.....

Domicilio (establecimiento del Vendedor, teléfono, correo electrónico)

.....

.....

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de representación)

.....

.....

Comprador

Nombre (denominación social de la empresa)

.....

Forma legal (por ejemplo, sociedad de responsabilidad limitada)

.....

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil

.....

Domicilio (establecimiento del Comprador, teléfono, correo electrónico)

.....

.....

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de representación)

.....

En lo sucesivo denominadas como “las Partes”

1. Mercaderías

1.1 Sujeto a lo dispuesto en este contrato, el Vendedor entregará la siguiente mercadería(s) (en lo sucesivo “las Mercaderías”) al Comprador.

1.2 Descripción de las Mercaderías (detalles necesarios para definir/especificar las Mercaderías que son objeto de la compraventa, incluyendo de calidad, descripción, certificados, país de origen y demás detalles).

1.3 Calidad de las Mercaderías (incluyendo unidades de medida).

1.3.1 Cantidad total

1.3.2 Pago por entrega (en caso de ser apropiado)

1.3.3 Porcentaje de tolerancia: Más o menos % (en caso de ser apropiado)

1.4 Inspección de las Mercaderías (cuando se requiera una inspección, especificar, como sea apropiado, detalles de la organización responsable para inspeccionar la calidad y/o cantidad, lugar y fecha y/o periodo de inspección, responsabilidad de costos de inspección).

1.5 Empaquetado

1.6 Demás especificaciones. (por ejemplo, el uso planeado de las Mercaderías)

2. Entrega

2.1 Serán de aplicación los Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional (en lo sucesivo “CCI”) vigentes, (por referencia la versión más reciente de los Incoterms a la fecha de celebración del contrato)

.....

2.2 Lugar de entrega:

2.3 Fecha o periodo de entrega [Comentario:

Cuando se realizarán entregas sucesivas las Partes deberán indicar cada fecha de entrega para cada envío.] 2.4 Transportista (de ser aplicable) (nombre y domicilio del

transportista, persona de contacto)

2.5 Demás disposiciones de entrega (si las hay)

3. Precio

3.1 Precio total

3.2 Precio por unidad de medida (de ser apropiado)

3.3 Cantidad en número

3.4 Cantidad en letras

3.5 Divisa

3.6 Método para determinar el precio (de ser apropiado)

4. Condiciones de pago

4.1 Forma de pago (por ejemplo, efectivo, cheque, giro bancario, transferencia)
.....

4.2 Detalles de la cuenta bancaria del Vendedor [de ser apropiado]
.....

4.3 Momento de pago [especificar época de pago] .
.....

Las Partes podrán optar por un arreglo de pago similar a los supuestos mencionados a continuación, en cuyo caso deberán especificar el arreglo pactado y proporcionar los detalles correspondientes:

- Pago por adelantado Cantidad a ser pagada (precio total o parte del precio o porcentaje del precio total)
- Última fecha para recibir el pago en el banco del Vendedor
- Condiciones especiales aplicables a este pago [de existir]

- Pago por cobranza documentaria

Cantidad a pagarse [precio total o pago por entrega parcial]

.....

Última fecha en que se puede recibir el pago

Forma de pago: (por ejemplo, documentos a cambio de pago – D/P, documentos a cambio de aceptación – D/A) en lo sucesivo: Los documentos a ser presentados se especifican en el Artículo 5 de este contrato. Pago por cobranza vía documentación será sujeto a las Reglas Uniformes Relativas a Cobranzas publicadas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI).

- Pago por medio crédito documentario irrevocable

El Comprador deberá obtener un crédito irrevocable documentario a favor del Vendedor mismo que será emitido por una institución bancaria reconocida, sujeto a las Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios publicadas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI). La cuestión deberá ser notificada por lo menos 14 días antes de la fecha pactada para la entrega, o antes de la fecha pactada de entrega de conformidad con el Artículo 2 de este contrato, como resulte apropiado, a menos que las Partes acuerden lo contrario como se especifica a continuación: [Fecha en la que el crédito documentario deberá ser notificado al Vendedor, otra].

.....

El crédito vencerá 14 días después de concluido el periodo o fecha de entrega especificados en el Artículo 2 de este contrato, salvo pacto en contrario por las Partes:

El crédito documentario no tiene que ser confirmado, salvo acuerdo en contrario de las Partes:

Todos los costos incurridos en relación con la confirmación serán pagados por el Vendedor, a menos que las Partes acuerden otra cosa, como se especifica a continuación:

El crédito documentario será exigible a la vista y permitirá envíos parciales y transbordos, salvo pacto en contrario de las Partes:

• Pago respaldado por garantía bancaria El Comprador proporcionará, con por lo menos 30 días previo a la fecha pactada de entrega o del inicio del periodo de entrega especificado en el Artículo 2 de este contrato, a menos que las partes acuerden algún otra fecha:, i) ya sea 44 una garantía bancaria a primer demanda sujeto a las Reglas Uniformes de la CCI relativas a las Garantías a Primer Requerimiento publicadas por la CCI; o ii) una carta crédito contingente sujeta ya sea a dichas reglas o a las Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios publicadas por la CCI, en cualquier caso emitidas por una institución bancaria reconocida. • Otros arreglos de pago

5. Documentos

5.1 El Vendedor pondrá a disposición del Comprador (o presentará al banco especificado por el Comprador) la siguiente documentación (marcar los espacios correspondientes e indicar, según sea el caso, el número de copias a ser proporcionadas):

- Factura comercial
- Los siguientes documentos de transporte (especificar requisitos detalladamente):
.....
- Lista de Empaque
- Documentos de Seguro
- Certificado de origen

- Certificados especiales.....
- Documentos de aduana
- Otros documentos

5.2 Adicionalmente, el Vendedor pondrá a disposición del Comprador los documentos mencionados en los Incoterms de la CCI elegido por las Partes conforme al Artículo 2 de este contrato.

6. Incumplimiento del Comprador con su obligación de pagar el precio en el momento pactado

6.1 Si el Comprador incumple con pagar el precio en el momento pactado, el Vendedor fijará al Comprador un periodo de tiempo adicional (especificar la duración, por ejemplo, 7 días, 14 días, 30 días, etc. u optar por un “plazo de duración razonable”) para cumplir con el pago. Si el Comprador continúa sin pagar el precio al vencimiento del plazo adicional, el Vendedor podrá declarar el resuelto a este contrato de conformidad con el Artículo 11 de este contrato.

6.2 Si el Comprador incumple con pagar el precio en el momento pactado, el Vendedor, tendrá en todo caso derecho, sin limitar cualquier otro derecho que le pudiera corresponder, a cobrar intereses sobre el saldo insoluto (previo o después de cualquier fallo) a una tasa de [especificar] % anual. [Alternativamente: Especificar otra tasa de interés convenida por las Partes.] [Comentario: Las Partes deberán tomar en consideración que en ciertos sistemas legales el pago de intereses es ilícito, o sujeto a una tasa legal máxima, o existe una disposición para intereses legales sobre pagos impuntuales.]

7. Incumplimiento de la obligación del Vendedor de entregar las Mercaderías al momento pactado

7.1 Si el Vendedor incumple con su obligación de entregar las Mercaderías en el momento pactado, el Comprador otorgará al Vendedor un plazo adicional de (especificar duración, por ejemplo, 7 días, 14 días, 30 días, etc. u optar por un “plazo

de duración razonable”) para cumplir con la entrega. Si el Vendedor incumple con su obligación de entregar las Mercaderías al finalizar el plazo adicional, el Comprador podrá declarar resuelto este contrato de conformidad con el Artículo de 11 de este contrato. [Opción: Las Partes podrán convenir sobre daños liquidados en caso de entrega impuntual. Si así lo convienen, pudieran usar la siguiente cláusula modelo sobre daños liquidados, salvo pacto en contrario.

7.2 Si el Vendedor se demora con la entrega de cualquier mercancía de acuerdo con este contrato, el Comprador tiene derecho a exigir daños liquidados por un monto igual al 0.5% (las partes podrán convenir cualquier porcentaje:%) del precio de las Mercaderías por cada día entero de retraso a partir de la fecha pactada de entrega o del último día del periodo de entrega pactado, tal y como se especifica en el Artículo 2 de este contrato, sujeto a que el Comprador notifique al Vendedor de la demora.]

Cuando el Comprador notifique al Vendedor dentro de días de la fecha pactada de entrega o el último día del periodo de entrega pactado, los daños se generarán a partir de la fecha pactada de entrega o a partir del último día del periodo de entrega pactado. Cuando el Comprador notifique al Vendedor con más de días después de la fecha pactada de entrega o del último día del periodo de entrega pactado, los daños se generarán a partir de la fecha de tal notificación. Los daños liquidados por demora no excederán% del precio de la mercancía entregada tardíamente. Los daños liquidados por motivo de demora no afectan el derecho a resolver este contrato de acuerdo con el Artículo 11.”]

8. Falta de conformidad

8.1 Habrá falta de conformidad cuando el Vendedor entregue:

8.1.1. Solo parte o una cantidad mayor o menor de las Mercaderías especificadas en el Artículo 1 de este contrato;

8.1.2 Mercaderías que no sean aquellas a las que el presente contrato se refiere o mercaderías de diferente tipo;

8.1.3 Mercaderías que carecen de la calidad o características especificadas en el Artículo 1 de este contrato o carecen de la calidad de una muestra o modelo que el Vendedor haya ofrecido al Comprador;

8.1.4 Mercaderías que carecen de la calidad o características necesarias para su uso ordinario o comercial;

8.1.5 Mercaderías que carecen de la calidad y características para un uso específico del cual el Vendedor, expresa o tácitamente haya hecho saber al Vendedor al momento de la celebración de este contrato;

8.1.6 Mercaderías que no son empacadas o embaladas en la manera descrita en el Artículo 1 de este contrato. [Comentario: A falta de tal cláusula, será de la manera usual para tales mercaderías o, cuando no exista tal manera, de una manera adecuada para preservar y proteger a las Mercaderías.]

8.2 El Vendedor será responsable de acuerdo con el párrafo 8.1 del presente Artículo por la falta de conformidad que llegase a existir al momento en que el riesgo es transferido al Comprador, aun y cuando la falta de conformidad se haga aparente hasta después de tal momento. [Comentario: Las Partes podrán limitar la responsabilidad del Vendedor por la falta de conformidad de las Mercaderías. Sin embargo, tal cláusula contractual será nula si la falta de conformidad era conocida por el Vendedor y éste omitió notificar al Comprador de tal hecho. Si las Partes convienen en limitar la responsabilidad del Vendedor por la falta de conformidad, podrían usar la siguiente cláusula: La responsabilidad del Vendedor derivada del párrafo 8.1 del presente Artículo por la falta de conformidad de las Mercaderías se limita a [especificar la limitación (es)].]

8.3 El Vendedor no será responsable de acuerdo con el párrafo 8.1 del presente Artículo por la falta de conformidad si, al momento de la celebración de este contrato, el Comprador conocía o no podía desconocer de esa falta de conformidad.

8.4 El Comprador examinará las Mercaderías o hará que sean examinadas, dentro del plazo de tiempo más breve posible atendidas las circunstancias. El Comprador notificará al Vendedor sobre cualquier falta de conformidad de las Mercaderías, especificando la naturaleza de la falta de conformidad, dentro de días después de que el Comprador la haya o debiera haberla descubierto. En cualquier caso, el Comprador perderá el derecho a invocar la falta de conformidad de las mercaderías si no lo comunica al Vendedor a más tardar dentro de un periodo de dos años (otro periodo de tiempo) a partir de la fecha en que las Mercaderías se pusieron efectivamente en poder del Comprador.

[Comentario: Las Partes podrán especificar que el aviso de falta de conformidad será por escrito. Las Partes también podrán convenir que cuando el aviso de falta de conformidad haya sido enviado por medio de carta u otro medio apropiado, el hecho de que el aviso se demore o no llega a su destino, no privará al Comprador de su derecho a invocarla.]

8.5 En caso de que el Comprador haya enviado un aviso de falta de conformidad al Vendedor, el Comprador podrá a su discreción:

8.5.1 Requerirle al Vendedor que entregue cualquier cantidad faltante de las Mercaderías, sin costo adicional para el Comprador;

8.5.2 Requerirle al Vendedor que reemplace las Mercaderías con mercaderías conformes, sin costo adicional para el Comprador;

8.5.3 Requerirle al Vendedor que repare las Mercaderías, sin costo adicional para el Comprador;

8.5.4 Reducir el precio en la misma proporción que el valor de las Mercaderías efectivamente entregadas tuvieron al momento de la entrega respecto al

valor que mercaderías conformes hubieran tenido en ese momento. El Comprador no podrá reducir el precio si el Vendedor reemplaza las Mercaderías con mercaderías conformes de acuerdo con el párrafo 8.5.2 y 8.5.3 de este Artículo o si el Comprador se rehúsa a aceptar tal cumplimiento para parte del Vendedor;

8.5.5 Declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 11 de este contrato. En cualquiera de los casos el Comprador tendrá el derecho a reclamar los daños y perjuicios tal y como se prevé en el Artículo 14 de este contrato.

[9. Procedimiento pericial [opcional]]

9.1 En caso de que el Comprador no esté satisfecho con la calidad de las Mercaderías entregadas o a ser entregadas, deberá informar al Vendedor de su insatisfacción a la brevedad posible, y en cualquier caso dentro los días de la entrega de las Mercaderías.

9.2 El Comprador, inmediatamente solicitará a la siguiente institución que designe a un perito. Si no se especifica institución por las Partes, entonces el Comprador inmediatamente procederá a designar a un perito. Cualquier perito designado será independiente de las Partes.

9.3 El Perito considerará y comunicará a las Partes sobre la supuesta falta de conformidad de las Mercaderías.

9.4 Para tal efecto, el perito tendrá derecho a inspeccionar la totalidad de las Mercaderías o muestras tomadas bajo su supervisión, y podrá llevar a cabo cualquier prueba que considere apropiada.

9.5 El perito someterá su dictamen a ambas partes por (especificar el medio, por ejemplo, correo registrado). El dictamen será definitivo y obligatorio para las Partes a menos que, dentro de días de haberse recibido, éste sea

objetado por una de las Partes mediante el inicio de procesos de acuerdo con el procedimiento de solución de controversias previsto en este contrato.

9.6 Los honorarios del perito y los gastos serán cubiertos por el Comprador a la finalización del procedimiento pericial, pero serán reembolsados al Comprador por el Vendedor si se determina que efectivamente existe una falta de conformidad de las Mercaderías.]

10. Transferencia de propiedad

10.1 El Vendedor deberá entregar al Comprador las Mercaderías especificadas en el Artículo 1 de este contrato libres de cualquier derecho o pretensión de terceros.

[Opción: Las Partes podrán convenir sobre la reserva de dominio si tal cláusula es válida bajo la ley aplicable al contrato. Conforme a una cláusula de este tipo, las Mercaderías continuarán siendo propiedad del Vendedor hasta que se cumpla con el pago total del precio. Si las Partes lo convienen, pudieran usar la siguiente cláusula:

“10.1 Reserva de dominio. La propiedad de las Mercaderías especificadas en el Artículo 1 de este contrato no será transferida al Comprador hasta en tanto el Vendedor haya recibido el pago completo del precio por las Mercaderías. Hasta que la propiedad de las Mercaderías pase al Comprador, el Comprador mantendrá las Mercaderías separadas de las Mercaderías propiedad del Comprador y de terceros y adecuadamente almacenadas, protegidas, aseguradas e identificadas como propiedad del Vendedor.”]

10.2 Si un tercero reclama tener sobre las Mercaderías especificadas en el Artículo 1, un derecho o pretensión, el Comprador notificará al Vendedor de tal derecho o pretensión de tercero y solicitará que el Vendedor le entregue otros bienes libres de derechos y pretensiones de terceros sin costo adicional para el Comprador. [Alternativamente, el Comprador podrá solicitar al

Vendedor que libere las Mercaderías de los derechos o pretensiones de terceros dentro de (especificar periodo de tiempo, por ejemplo, tiempo razonable, inmediatamente, 30 días, etc.) sin costo adicional para el Comprador.]

10.3 Si el Vendedor cumple con la solicitud efectuada conforme al párrafo 10.2 del presente Artículo, y el Comprador no obstante sufre una pérdida, el Comprador podrá demandar daños y perjuicios de conformidad con el Artículo 14 de este contrato.

10.4 Si el Vendedor no llegase a cumplir con la solicitud hecha de conformidad con el párrafo 10.2 de este Artículo, el Comprador podrá declarar este contrato resuelto de acuerdo con el Artículo 11 de este contrato y podrá demandar daños y perjuicios conforme al Artículo 14.3 de este contrato. Si el Comprador no declara este contrato resuelto tendrá el derecho de demandar daños y perjuicios conforme al Artículo 14.3 de este contrato.

10.5 El Comprador perderá su derecho a declarar este contrato resuelto si omite notificar al Vendedor tal y como se dispone en el párrafo 10.2 del presente Artículo dentro de un periodo de días [Alternativa: Tiempo razonable, inmediatamente, etc. a partir del momento en que se enteró o se debiera haber enterado del derecho o pretensión de tercero respecto a las Mercaderías].

10.6 El Vendedor no será responsable conforme al presente Artículo si la existencia del derecho o pretensión de tercero sobre las Mercaderías hubiera sido notificado al Comprador al momento de la celebración de este contrato y el Comprador convino en tomar las Mercaderías sujeto a tal derecho o pretensión,

[10.7 Opcional: “No podrá tomar acción legal el Comprador luego de transcurrido un año (especificar otro periodo de tiempo) a partir de la fecha

en la que el Comprador se enteró de la existencia de tal derecho o pretensión de tercero sobre las Mercaderías.”]

11. Resolución del contrato

11.1 Habrá incumplimiento de contrato cuando una de las partes no cumple con cualquiera de sus obligaciones derivadas de este contrato, incluyendo el cumplimiento defectuoso, parcial o tardío. terminación del contrato.

11.2 Habrá incumplimiento esencial del contrato en el caso de que:

11.2.1 El cumplimiento estricto con la obligación incumplida sea esencial conforme a este contrato; o

11.2.2 El incumplimiento prive sustancialmente a la parte agraviada de lo que razonablemente tenía derecho a esperar conforme al presente contrato.

[Opción: “Adicionalmente, las Partes acuerdan que los siguientes supuestos serán considerados como incumplimiento esencial de contrato: (Especificar los casos que constituyan un incumplimiento esencial de contrato, por ejemplo, el pago tardío, entrega tardía, la falta de conformidad, etc.)”].]

11.3 En caso de un incumplimiento de contrato conforme al párrafo 11.1 del presente Artículo, la parte agraviada, podrá, mediante un aviso a la otra parte, fijar un plazo adicional razonable de tiempo [alternativamente, las Partes podrán especificar la duración, por ejemplo 15 días, 30 días] para el cumplimiento. Durante este plazo adicional la parte agraviada podrá suspender el cumplimiento de sus propias obligaciones recíprocas y podrá demandar daños y perjuicios, pero no podrá declarar resuelto este contrato. Si la otra parte omite cumplir al finalizar el plazo adicional, la parte afectada podrá declarar resuelto el este contrato.

11.4 En caso de un incumplimiento esencial de contrato conforme al párrafo 11.2 del presente Artículo, la parte agraviada podrá declarar el este contrato resuelto sin necesidad de otorgar un término adicional para que la otra parte cumpla.

11.5 Una declaración de resolución de este contrato surte efectos únicamente si es notificada a la otra parte.

12. Efectos de la resolución en general

12.1 La resolución de este contrato librerá a ambas partes de su obligación de efectuar y de recibir cumplimiento futuro, salvo la indemnización de daños y perjuicios que pueda ser debida.

12.2 La resolución de este contrato no excluye el derecho a demandar daños y perjuicios por incumplimiento.

12.3 La resolución de este contrato no afecta disposición alguna de este contrato sobre la solución de controversias o cualquier otra disposición de este contrato que opere incluso después de su resolución.

13. Restitución

13.1 A la resolución de este contrato, cualquiera de las partes podrá demandar la restitución de lo que hubiera entregado, debiendo hacer dicha parte una restitución simultánea de lo que hubiera recibido.

13.2 Si ambas partes deben restituirse, lo harán de manera concurrente.

13.3 En caso de que el Vendedor tenga la obligación de reembolsar el precio, también será responsable por el interés generado sobre el mismo a la tasa fijada en el Artículo 6.2 de este Contrato, a partir de la fecha de pago.

13.4 El Comprador deberá abonar al Vendedor el importe de todos los beneficios que haya obtenido de las Mercaderías o de una parte de ellas, según sea el caso:

13.4.1 En caso de que tenga la obligación de restituir las Mercaderías o parte de ellas; o 13.4.2 Cuando le sea imposible restituir las Mercaderías o parte de ellas, pero el contrato hubiera sido resuelto.

14. Daños y perjuicios

14.1 Cualquier incumplimiento confiere a la parte agraviada un derecho a los daños y perjuicios sea exclusivo o en conjunto con cualquier otro remedio, salvo cuando el

incumplimiento sea justificado por casos de fuerza mayor tal y como se dispone en el Artículo 17 de este contrato.

14.2 Cuando este contrato no sea resuelto, los daños y perjuicios por el incumplimiento por una de las Partes consistirán a una cantidad igual a la pérdida, incluyendo el lucro cesante, sufrido por la otra parte. Tales daños no excederán la pérdida que la Parte que incumplió debió haber previsto al momento de la celebración la conclusión de este contrato, habida cuenta los hechos y circunstancias que conocía o debería de haber conocido, como posible consecuencia del incumplimiento de este contrato.

14.3 [A ser adaptado al contrato en lo particular] En caso de resolución de este contrato, donde exista un precio corriente para las Mercaderías, los daños serán iguales a la diferencia entre el precio fijado por este contrato y el precio corriente al momento de la resolución. Al calcular el monto de los daños, el precio corriente que se tomará será el del lugar donde se debió de efectuado la entrega de las Mercaderías. Si no hubiere precio corriente o si su aplicación resulta inapropiada, será el precio en otra plaza que pueda razonablemente sustituir ese lugar, habida cuenta de las diferencias de costo del transporte de las Mercaderías. Si no existe precio corriente para las Mercaderías, los daños se calcularán de la misma manera que en el párrafo 14.2 de este Artículo.

14.4 Si este contrato es resuelto y si, de una manera razonable y dentro de un periodo de tiempo razonable después de la resolución [las Partes podrán determinar un término concreto], el Comprador ha adquirido mercaderías en sustitución o el Vendedor ha revendido las mercaderías, la Parte que exija daños y perjuicios recuperará la diferencia entre el precio del contrato y el precio pagado por las Mercaderías compradas en substitución o aquel obtenido por su reventa.

14.5 Los daños referidos en los párrafos 14.5 y 14.6 de este Artículo podrán incrementarse por cualquier gasto razonable incurrido como resultado del

incumplimiento o hasta el monto de cualquier pérdida, incluyendo lucro cesante, que debió haberse previsto por la Parte que incumplió al momento de la celebración de este contrato, habida cuenta los hechos y circunstancias que le eran conocidos o debió de haber conocido, como una posible consecuencia del incumplimiento de este contrato.

14.6 Los daños y perjuicios serán pagados en un solo desembolso [las Partes podrán especificar otra solución. Comentario: Los daños y perjuicios podrán ser pagados en cuotas o pagos parciales en los casos en que la naturaleza del daño lo haga apropiado. Los daños y perjuicios a ser pagados en cuotas o pagos parciales podrán ser sujetos a índices].

14.7 Los daños serán determinados en la divisa en la cual se haya expresado la obligación monetaria [las Partes podrán convenir sobre otra solución, por ejemplo, la divisa en la que se haya sufrido el daño].

15. Reducción del daño

Una parte que invoque el incumplimiento de este contrato deberá adoptar las medidas que sean razonables, atendidas las circunstancias para reducir la pérdida, incluso el lucro cesante, resultante del incumplimiento. Si omite tomar tales medidas, la Parte que incumplió podrá pedir una reducción a los daños por la cuantía en que debía haberse reducido la pérdida.

16. Cambio de circunstancias (excesiva onerosidad sobreviniente)

[Comentario: Las Partes deberán tener la libertad para consultar entre ellas en caso de existir un cambio importante de circunstancias – especialmente una que torne excesivamente oneroso el cumplimiento para una de las partes. Sin embargo, una PYME solo debe incluir la opción del Artículo 16.3 (derecho de referir a los juzgados/tribunal arbitral para hacer una revisión o dar por terminado el contrato) si i) la PYME considera poco probable que vaya a ser utilizada en su contra por una parte ubicada en una posición táctica superior o ii) el derecho de referir a un

juzgado/tribunal arbitral ya es un derecho existente bajo la ley aplicable en el caso de existir excesiva onerosidad.]

16.1 Cuando el cumplimiento de este contrato se torne más oneroso para una de las Partes, esa parte continuará obligada a cumplir con sus obligaciones sujeto a las siguientes disposiciones sobre el cambio de circunstancias (excesiva onerosidad sobreviniente).

16.2 Sin embargo, si después del momento de la celebración de este contrato, ocurrieran eventos que no hubieran sido contemplados por las Partes y que alteren de modo fundamental el equilibrio de este contrato, poniendo una carga excesiva en una de las Partes en el cumplimiento de sus obligaciones contractuales (excesiva onerosidad sobreviniente), esa parte tendrá derecho a solicitar la revisión de este contrato siempre que:

16.2.1 Los eventos no pudieran haberse tomado en cuenta razonablemente por la parte afectada al momento de la celebración de este contrato;

16.2.2 Los eventos están más allá del control de la parte afectada;

16.2.3 El riesgo de los sucesos no es de los que, conforme a este contrato, la Parte afectada hubiera tenido que soportar;

16.2.4 Cada parte de buena fe considerará cualquier propuesta para una revisión enviada por la otra parte en el interés de la relación entre las Partes.

[Opción [agregar si se desea: De lo contrario suprimir si no es aplicable o no es exigible conforme a la ley que rige al contrato. “16.3 Si las Partes no logran un acuerdo sobre la revisión solicitada dentro de [especificar tiempo límite de ser apropiado], una parte podrá acudir al procedimiento de solución de controversias previsto en el Artículo 22. El [juzgado/tribunal arbitral] tendrá la facultad de hacer cualquier revisión a este

contrato que considere justo y equitativo en las circunstancias o de terminar este contrato en una fecha y bajo los términos a señalarse.”.]

17. Fuerza mayor – excusa por el incumplimiento

17.1 Se entenderá por “fuerza mayor”: guerra, emergencia, accidente, incendio, sismo, inundación, tormenta, huelga industrial o cualquier otro hecho o impedimento que la parte afectada pruebe que estuvo fuera de su control y que no pudo haber razonablemente previsto los hechos al momento de la celebración del presente contrato, o de evitar o superar los hechos, o de evitar o superar sus consecuencias.

17.2 No se considerará que la parte afectada por los hechos de fuerza mayor ha incumplido con las obligaciones contractuales afectadas por los hechos de fuerza mayor previstas en este contrato, ni será responsable ante la otra, por cualquier retraso en el cumplimiento o el incumplimiento de cualquiera de sus obligaciones en la medida en que la demora o incumplimiento se deban a hechos de fuerza mayor que hayan sido debidamente notificados a la otra parte de conformidad con el Artículo 17.3. El momento para el cumplimiento con esa obligación se aplazará, sujeto a lo previsto en el Artículo 17.4.

17.3 Si se presenta un hecho de fuerza mayor que afecte o tenga la posibilidad de afectar a las partes en el cumplimiento con cualquiera de sus obligaciones conforme a este contrato, la parte afectada notificará a la otra parte dentro de un plazo razonable sobre la naturaleza del hecho en cuestión y el efecto que tiene en su capacidad de cumplir.

17.4 Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un periodo continuo superior a tres [especificar otra cantidad] meses, la otra parte tendrá derecho de terminar el contrato mediante aviso fehaciente dado a la otra Parte afectada por la fuerza mayor.

[Alternativa: Si se prefiere, reemplace el Artículo 17.4 con la siguiente alternativa: “17.4 Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un periodo continuo superior a tres [especificar otra cantidad] meses, las Partes negociarán de buena fe, y usarán sus mejores esfuerzos para acordar sobre las modificaciones a este contrato o acuerdos alternativos que puedan resultar justos y razonables con miras a aligerar sus efectos. Pero si no acuerdan sobre tales modificaciones o arreglos dentro de un periodo de 30 [especificar cualquier otro número] días, la otra parte tendrá derecho de terminar este contrato dando aviso fehaciente a la Parte afectada por la fuerza mayor.”.]

18. Cláusula de integración

18.1 El presente contrato describe la totalidad del acuerdo entre las Partes. Ninguna de las Partes ha celebrado el presente contrato fiándose en las declaraciones, garantías o promesas de la otra parte que no se hayan expresado o referido en el presente contrato. El presente Artículo no excluye la responsabilidad derivada de declaraciones o garantías fraudulentas. [Agregar donde sea apropiado: “El presente contrato reemplaza cualquier acuerdo previo o entendimiento anterior entre las partes con respecto al objeto del presente”.]

18.2 El presente contrato no podrá ser modificado salvo por acuerdo escrito de las Partes (que puede incluir correo electrónico). [Agregar en caso del Artículo 16.3 o su equivalente se incluye: “O de conformidad con el Artículo 16.3”.]

19. Avisos

19.1 Cualquier aviso que se requiera conforme a este contrato se hará por escrito (que incluye correo electrónico) y podrá ser entregado dejándolo o enviándolo al domicilio de la otra parte como se especifica en el Artículo

19.2 siguiente, de manera que se asegure que la recepción del aviso pueda probarse.

19.2 Para los fines del Artículo

19.1, los detalles para la notificación son los siguientes, salvo que otros detalles se hayan notificado de acuerdo con este Artículo. –

.....;

20. Efecto de disposiciones inválidas o inejecutables

Si cualquier disposición de este contrato fuese declarada por el juzgado u otra autoridad competente que es inválida o inejecutable en todo o en parte, este contrato continuará válido respecto de sus demás disposiciones, a menos que de las circunstancias se concluya que, sin la disposición declarada nula e inválida, las partes no hubieran celebrado este contrato. Las Partes usarán todos sus esfuerzos razonables para reemplazar las disposiciones declaradas nulas e inválidas por disposiciones que sean válidas conforme a la ley aplicable y se acerquen lo más posible a su intención original.

21. Autorizaciones [agregar en donde sea relevante]

21.1 El presente contrato está condicionado a la obtención previa de las siguientes autorizaciones [especificar las autorizaciones u otras condiciones requeridas, por ejemplo, de autoridad gubernamental o regulatoria].

21.2 La parte responsable de obtenerla usará todo su esfuerzo razonable para obtener tales autorizaciones y notificará a la otra parte puntualmente en caso existir dificultad alguna.

22. Procedimiento de solución de controversias

Cualquier disputa, controversia o demanda derivada o relacionada con el presente contrato, incluyendo su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez será dirimido bajo las reglas de [especificar la institución de arbitraje] por [especificar el número de árbitros, es decir arbitro único o, en caso de ser apropiado, tres árbitros] designados de conformidad con tales reglas. El lugar del arbitraje será [especificar]. El idioma del arbitraje será [especificar]. [Las siguientes son alternativas a designar a una institución arbitral específica conforme al Artículo

22: Alternativa 1: Arbitraje Ad hoc “Cualquier disputa, controversia o demanda derivada o relacionada con el presente contrato, incluyendo su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez, será dirimido definitivamente bajo las reglas de UNCITRAL [especificar otras reglas] por [especificar el número de árbitros, es decir arbitro único o, en caso de ser apropiado, tres árbitros] designados por [especificar nombre de persona o entidad que designa]. El lugar del arbitraje será [especificar]. El idioma del arbitraje será [especificar].”]

[Alternativa 2: Tribunales Estatales “Cualquier disputa, controversia o demanda derivada o relacionada con el presente contrato, en particular su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez, será dirimido de manera definitiva por los tribunales de (especificar lugar y país) los cuales gozarán de jurisdicción exclusiva.”.]

23. Ley aplicable y principios guía

23.1 Todas las cuestiones relativas a este contrato que no estén expresamente resueltas por las disposiciones contenidas en el contrato serán regidas por la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (Convención de Viena de 1980 sobre la Compraventa, en lo subsecuente la CISG). Las cuestiones no previstas en la CISG serán regidas por los Principios, y en la medida en que tales cuestiones no fueran previstas por los Principios UNIDROIT, por referencia a [especificar la ley nacional relevante eligiendo una de las siguientes opciones: La ley nacional aplicable en el país donde el Vendedor tiene su establecimiento, o La ley nacional aplicable en el país donde el Comprador tiene su establecimiento, o La ley nacional aplicable de un tercer país (especificar el país)].

23.2 Este contrato será cumplido en un espíritu de buena fe y lealtad comercial.

FECHA Y FIRMA DE LAS PARTES

