

Universidad Latina de Costa Rica

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración de Negocios

Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Comercio
Internacional

Trabajo Final de Graduación

Modalidad Trabajo Final de Graduación (TFG)

Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en
Singapur

Autoras

Carolina María Arguedas Arguedas

María Alejandra Machado Triana

Heredia, 2018

TRIBUNAL EXAMINADOR



MGCI Roberto Hunter Torrealba

Tutor



MBA Yolanda Esquivel Vilchez

Lector



Lic. Jonathan Salas Segura

Representante de Rectoría

CONSEJO ASESOR



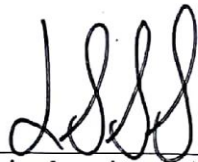
MGCI Roberto Hunter Torrealba

Tutor



MBA Yolanda Esquivel Vilchez

Lector



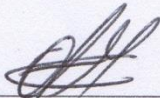
Lic. Jonathan Salas Segura

Representante de Rectoría

DECLARACIÓN JURADA

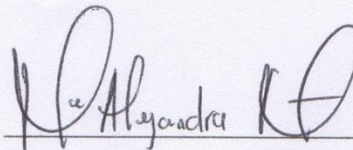
Las suscritos (as), Carolina María Arguedas Arguedas y María Alejandra Machado Triana con cédula de identidad número 402310313 y 117001941304, declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: Que somos las autoras del presente trabajo final de graduación, modalidad tesis; para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Comercio Internacional de la Universidad Latina de Costa Rica y que el contenido de dicho trabajo es obra original del suscritas. Además manifiesto que acepto cualquier sanción si cometo una infracción al reglamento Interno dela universidad.

Heredia, 5 de abril de 2018



Nombre completo del / la estudiante

Cédula: 402310313




Nombre completo del / la estudiante

Cédula: 117001941304

MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

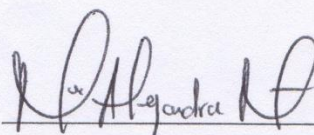
Las suscritos (as) Carolina María Arguedas Arguedas y María Alejandra Machado Triana con cédula de identidad número 402310313 y 117001941304, exonerado de toda responsabilidad a la Universidad Latina, campus Heredia; así como al Tutor y Lector que han revisado el presente trabajo final de graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Comercio Internacional de la Universidad Latina, campus Heredia; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo. Asimismo, autorizamos a la Universidad Latina, campus Heredia, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitando el mismo en el sitio web; así como en el CRAI.

Heredia, 5 de abril del 2018



Nombre completo del / la estudiante

Cédula: 402310313



Nombre completo del / la estudiante

Cédula: 117001941304

AGRADECIMIENTO

Se agradece a la familia Machado Triana y Arguedas Arguedas por el apoyo moral y económico que han brindado durante toda la carrera universitaria y en especial en este proyecto. Además, se agradece a Antonio Montero colaborador de Técnica Aduanera por todo el apoyo brindado en la recolección de datos, así como a la Familia Bonilla dueños del micro benefició Café Sol Naciente quienes de manera amable facilitaron información y ayudaron en esta investigación.

DEDICATORIA

Se agradece a Félix Machado y Leonor Triana por el apoyo y amor incondicional que me han brindado para alcanzar las metas que me he propuesto. A Carlos Andrés Machado Carolina Gutiérrez porque gracias a su apoyo tuve la oportunidad de construir una vida personal y profesional en Costa Rica y poder culminar mi carrera acá. A Ricardo Machado y Paola Bocanegra por estar pendientes y apoyarme en todos aquellos proyectos y objetivos personales que me he propuesto.

De igual manera se agradece a Hilda y Oscar Arguedas quienes estuvieron siempre pendientes de las necesidades de su hija y compañera de tesis, además de siempre brindar apoyo en lo necesario. A María Paola Arguedas quien siempre estuvo al lado de ambas estudiantes brindando su apoyo incondicional.

Tabla de Contenidos

CAPÍTULO I	1
PROBLEMA Y PROPÓSITO	1
Estado actual sobre el objeto de estudio	2
Planteamiento de la situación problemática y formulación del problema	3
Justificación del estudio de investigación	4
Justificación teórica.....	4
Justificación metodológica.....	5
Justificación práctica.....	5
Objetivo del estudio	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Delimitaciones, limitaciones y alcances de la investigación	6
Delimitación.....	6
Limitaciones de la investigación.....	6
Alcances.....	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
Marco Situacional	9
Singapur	9
Análisis Pestel.....	9
ICAFFE	21
Misión.....	21
Visión.....	22
Marco Teórico del objeto de estudio	22
Comercio Exterior	22
Exportaciones	22
Política Comercial	23
Coolhunting	23
Índice GINI	23
Café de especialidad	24
Tratado de Libre Comercio	24
Influencers	25
Pestel	25

Agrocadena	26
Incoterms	26
CAPÍTULO III	27
MARCO METODOLÓGICO	27
Metodología de la investigación	28
Enfoque Cualitativo	28
Diseño de investigación	29
Longitudinal.....	29
Métodos de investigación	29
Analítico.....	29
Tipos de investigación	30
Descriptiva.....	30
Sujetos y fuentes de información	30
Población.....	30
Fuentes de información.	31
Instrumentos y técnicas utilizadas para la recopilación de datos	31
Instrumentos	31
Técnicas de recolección de datos.....	31
Confiability y validez del instrumento	34
CAPÍTULO IV	35
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	35
Objetivo 1: Examinar las importaciones de café verde y tostado en Singapur en los últimos 3 años.	36
Café Verde.....	36
Café tostado	40
Objetivo 2: Identificar los requerimientos arancelarios y no arancelarios de importación de Café.	44
Requisitos de exportación.....	44
Incoterms.	46
Impuestos a la exportación.	48
Requisitos de ingreso en el país destino.	49
Pasos para la importación en Singapur.....	49
Medidas Sanitaria y fitosanitarias	51
Puertos marítimos de acceso en Singapur	52
Tratado de Libre Comercio con Singapur.....	52
Partida arancelaria en Singapur.	53

Impuestos de importación en Singapur.	54
Etiqueta.	55
Cadenas de distribución.	56
Precio del café en el mercado.	56
Costo de exportación.	57
Objetivo 3: Considerar las tendencias de consumo de café en Singapur.	59
Gustos.	59
Tendencias.	61
Objetivo 4: Identificar la percepción de Costa Rica como país en el mercado de Singapur.	62
CAPÍTULO V.	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	64
Objetivo 1: Examinar las importaciones de café verde y tostado en Singapur en los últimos 3 años.	65
Conclusiones.	65
Recomendaciones.	68
Objetivo 2: Identificar los requerimientos arancelarios y no arancelarios de importación de Café.	69
Conclusiones.	69
Recomendaciones.	72
Objetivo 3: Analizar las tendencias de consumo de café en Singapur.	73
Conclusiones.	73
Recomendaciones.	74
Objetivo 4: Identificar la percepción de Costa Rica como país en el mercado de Singapur.	75
Conclusiones.	75
Recomendaciones.	76
BIBLIOGRAFÍA.	79
ANEXOS.	83
Entrevista ICAFE.	84
Entrevista COMEX.	87
Entrevista PROCOMER.	89
Entrevista Embajada de Costa Rica en Singapur.	91
TradeNet.	93
Contactos Importantes.	95
APÉNDICE.	96

Índice de Tablas

Tabla 1: Importaciones Singapur años 2015, 2016 y 2017.....	38
Tabla 2: Importaciones Singapur años 2015, 2016 y 2017.....	42
Tabla 3: Importaciones totales a nivel mundial de café verde en Singapur.....	64
Tabla 4. Requerimientos Arancelarios de exportación en Costa Rica.	69
Tabla 5. Requerimientos No Arancelarios de Exportación en Costa Rica	70
Tabla 6. Requerimientos para la importación en Singapur	70

Índice de Figuras

Figura 1: Mapa Singapur	9
Figura 2: Análisis Pestel de Singapur.....	18
Figura 3: Relación PESTEL con la exportación de café a Singapur.	21
Figura 4: Mapa importaciones Singapur año 2015.....	37
Figura 5: Mapa importaciones Singapur año 2016.....	37
Figura 6: Mapa importaciones Singapur año 2017.....	37
Figura 7: Gráfico de barras importaciones de café a Singapur años 2016, 2017 y 2018.	38
Figura 8: Mapa importaciones Singapur año 2015.....	40
Figura 9: Mapa importaciones Singapur año 2016.....	41
Figura 10: Mapa importaciones Singapur año 2017.....	41
Figura 11: Gráfico de barras importaciones de café a Singapur años 2016, 2017 y 2018.	42
Figura 12: Proceso de exportación	44
Figura 13: Estructura de los Incoterms.....	47
Figura 14: Partida arancelaria del café en Costa Rica.....	53
Figura 15: Partida arancelaria del café en Singapur	54
Figura 16: Cadena de distribución del café	56

Figura 17: Precio unitario global del café	57
Figura 18: Precio de exportación a Singapur.....	58
Figura 19: Precio de exportación a Singapur.....	58
Figura 20: Precio de exportación a Singapur.....	59
Figura 21: Formas más tradicionales de tomar café en Singapur.....	60

CAPÍTULO I
PROBLEMA Y PROPÓSITO

Estado actual sobre el objeto de estudio

Singapur se encuentra ubicado en Asia, el cual está conformado por sesenta y tres islas, las cuales tienen como idiomas oficiales el inglés, mayalo, chino, mandarín y el tamil. La isla asiática limita al sur con Malasia y al norte con Indonesia. Cinco son las islas que poseen mayor importancia, siendo estas las siguientes: Jurong, Ventosa, Pulau Ubin y su isla más grande Pulau Tekong. Este conjunto de islas está regulado por un gobierno parlamentario que cuenta con el dólar de Singapur como moneda oficial. (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2018)

Este país del oriente se ubicó en el año 2016 en la posición número 16 en el ranking sobre la mayor economía de exportación en el mundo, de acuerdo con The Observatory of Economy Complexity (OEC, 2018). A la hora de exportar e importar productos China es el país de preferencia ya que un 14% de las exportaciones se dirigen al mismo, por el contrario de este país provienen un 16% de las importaciones. Aproximadamente, dos años atrás, este complejo de islas obtuvo una valoración de \$76.7 millones de dólares en exportaciones de extractos de café y té; mientras que el monto de importaciones se ubicó en \$103 millones de dólares.

El monto en las importaciones tanto de café como té, visualizan cuán importante es para su vida el consumo de estos, tanto así que se ven influenciados por estilos de vida y nuevas tendencias que se desarrollan en todos los países asiáticos; los cuales han creado una nueva ola gastronómica que va más allá de un plato o taza a la creación de toda una experiencia por medio de elementos remáticos.

El diario La Vanguardia de España (2016) en su crónica Restaurantes temáticos de Asia llevan gastronomía más allá del sabor, muestra algunos de los más reconocidos restaurantes y cafés temáticos que se pueden encontrar en este continente, los cuales pueden ir desde un restaurante cuyo ambiente y menú se inspiran en hospitales, hasta cafés donde la repostería puede llegar a ser espeluznante, pero es ideal para acompañar una taza de café; un ejemplo específico para Singapur es la cafetería inspirada en Snoopy.

Debido a todo este amor a la comida y a experimentar nuevos sabores, no solo locales sino internacionales es lo que convierte a Singapur como un destino atractivo para la exportación de café verde y tostado por parte del gremio cafetalero de Costa Rica.

De acuerdo con el artículo *Singapur sobresale como oportunidad para exportadores costarricenses* (2014) “El consumo de productos *gourmet*, artesanales o diferenciados, también está en crecimiento en la industria alimentaria de la nación asiática y que representa una oportunidad para el exportador nacional.” [El Financiero (párr.6)]

En el 2013, Costa Rica y Singapur firmaron por primera vez un Tratado de Libre Comercio (TLC), con el fin de fomentar las relaciones comerciales, abrir nuevas oportunidades en los mercados asiáticos, aumentar la inversión y la promoción de la cooperación. Dicho TLC contiene 19 capítulos que posee temas como el comercio de mercancías, las reglas de funcionamiento del tratado, etc.; conforme con el Observatorio de Comercio Exterior (OCEX, 2018).

Dentro de los principales productos que Costa Rica importa de Singapur se encuentran las manufacturas de plástico, laminados de planos de acero, medicamentos, cintas, procesadores y controladores. Dentro de lo acordado, solamente los productos que cumplan con la norma de origen, se van a favorecer del TLC en aspectos arancelarios. (El Financiero, 2014)

Planteamiento de la situación problemática y formulación del problema

La Real Academia Española, define problema como: “cuestión que se trata de aclarar; conjunto de hechos o circunstancias que dificultan la consecución de algún fin.” (párr.3)

El análisis prospectivo que se realiza es de gran importancia para Costa Rica, debido a que le brinda una visión más clara sobre cómo ingresar a un mercado sumamente exigente en el ámbito del café. Adicionalmente, se proporcionan datos de gran interés sobre economía y mercados singapurenses que llegan a ser de gran ayuda para el manejo de exportaciones e importaciones a Singapur.

En el presente trabajo se conocerá el problema formulado para la investigación, ¿Cuál es la prospección de mercado del café costarricense de especialidad en Singapur, II Cuatrimestre del 2018?

En la actualidad los países asiáticos consumen una cantidad considerable de café y Singapur no viene a ser la excepción. En el país asiático los consumidores beben hasta 6 tazas de café al día, caliente, recién tostado y les gusta endulzarlo con un poco de leche condensada. (The Huffington Post, 2017)

Para realizar de forma correcta la investigación se debe analizar la tendencia de compra y consumo de café de especialidad por parte de los habitantes de este país, tanto de café local como de exportación, ya que esto influye en cómo exportar e intentar penetrar el mercado local.

Sistematización del problema

¿Cuál es el volumen de importaciones de café verde y tostado en los últimos 3 años?

¿Cuáles son los requerimientos arancelarios y no arancelarios de importación de café?

¿Cuáles son las tendencias de consumo de café en Singapur?

¿Cuál es la percepción de Costa Rica como país productor de café en el mercado de Singapur?

Justificación del estudio de investigación

Hernández, Collado y Baptista (2010) dicen que investigación es: “La investigación de un conjunto de procesos sistemáticos críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno.” (p.4)

Justificación teórica.

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente tema sobre comercio internacional, para lograr crear atender el mercado de café costarricense especializado, enfocado a Singapur. Con este análisis se espera demostrar las tendencias de consumo, beneficios y gustos que poseen los singapurenses durante su consumo del café.

Tomando en cuenta que Costa Rica no es un país tan grande como Colombia o Brasil, se debe tener un factor diferenciador de acuerdo con nuestras capacidades y recursos. Además, conforme al Modelo Uppsala, Rialp (1999) afirma: “constituye el marco general de referencia sobre el que se apoya toda una amplia variedad de intentos empíricos, basados en establecer los niveles del desarrollo exportador de la empresa.” Lo mejor es que se cuente con un distribuidor que represente a Costa Rica en Singapur y que además de esto conozca la idiosincrasia cultural del país. Con base en el coolhunting, Torres (s.f) menciona como: “metodología que permite anticipar los gustos e intereses de

un grupo de consumidores, los más vanguardistas e innovadores y que, muy frecuentemente, marcan una nueva forma de consumo, una moda.”, para que se pueda comercializar y vender en el país asiático gracias al conocimiento adquirido de gustos y tendencias que predominan en Singapur.

Justificación metodológica.

La investigación se realizará con el fin de presentar un estudio prospectivo del mercado del café costarricense de especialidad en Singapur. En esta investigación de enfoque cualitativo se realizarán entrevistas con diferentes expertos en el área de comercio internacional, personas que conozcan la cultura de Singapur, ya sea porque han visitado o han vivido en este país. En el 2007 Blasco y Pérez definen enfoque cualitativo como una investigación que “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.”

Se revisarán las páginas del Ministerio de Hacienda, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), así como los entes del gobierno de Singapur que cumplan las mismas funciones que los costarricenses, con el fin de recolectar la información acerca de permisos sanitarios, reglamentación y partidas arancelarias necesarias.

Para conocer la cultura y tendencias de consumo de los habitantes, se revisarán redes sociales, influencers, blogs especializados, páginas de passionaters; esto para poder adentrarse a la rutina y cotidianidad de los singapurenses, sus gustos, celebraciones, entre otros.

Justificación práctica.

Esta investigación es necesaria llevarla a cabo para analizar el mercado del café en el país oriental de Singapur; además que facilita un posible proceso de exportación de empresas costarricenses que cultivan café al conocer cómo es su mercado cafetalero, su cultura en relación con el café, un promedio del consumo diario del mismo, las expectativas del país, las variaciones de precios del producto, etc.

Existe la necesidad de indagar sobre los clientes consumidores de dicho producto en este país para conocer los pros y los contras de la exportación de café de Costa Rica al país Singapur.

Objetivo del estudio

Objetivo general.

Analizar la prospección de mercado del café costarricense de especialidad en Singapur.

Objetivos específicos.

Examinar las importaciones de café verde y tostado en Singapur en los últimos 3 años.

Identificar los requerimientos arancelarios y no arancelarios de importación de café.

Considerar las tendencias de consumo de café en Singapur.

Identificar la percepción de Costa Rica como país en el mercado de Singapur.

Delimitaciones, limitaciones y alcances de la investigación

Delimitación.

En el presente trabajo se cuenta con distintas delimitaciones que afectan el estudio por realizar. La primera y más importante es el tiempo, pues se cuenta solamente con cuatro meses de tiempo para completar el informe y entregarlo. Como segunda delimitación se encuentra el país de estudio, Singapur, ya que se hace imposible viajar al país a solicitar información a las instituciones y las llamadas tienen un alto costo. También al solicitar información vía correo electrónico puede darse que no se reciba lo solicitado y como último factor se encuentra el idioma, ya que los idiomas oficiales de este país no son los mismos que posee Costa Rica

Limitaciones de la investigación.

A pesar de que el café siempre ha sido uno de los principales productos por exportar en Costa Rica, hoy en día siguen existiendo obstáculos para realizar investigaciones sobre este producto.

La limitación más importante que se presenta en la investigación es el acceso a la información, ya que informes como las balanzas comerciales y datos productivos deben de salir de fuentes confidenciales del país asiático para así evitar información falsa. La falta de información actualizada también es una limitante importante, ya que datos del año 2017 son difíciles de encontrar.

Alcances.

La prospección tiene como fin demostrar las tendencias de consumo de café especializado en el país asiático, Singapur. De la misma manera, se pretende analizar los niveles de importaciones de café verde y tostado de dicho país. Como alcance, también se determina la presentación de trámites aduaneros y requerimientos para realizar una exportación de café.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

Marco Situacional

Singapur

Es el país más pequeño de todo el Sudeste Asiático, al norte limita con Malasia y al sur con Indonesia. Su capital es Singapur y su moneda oficial es el Dólar Singapur.

Está conformado por una isla principal y 63 pequeñas que están alrededor de esta, y su extensión territorial total es de 718 km², lo que significa que es 74 veces más pequeña que el territorio de Costa Rica. Se caracteriza por tener un clima tropical, caliente, húmedo y lluvioso.

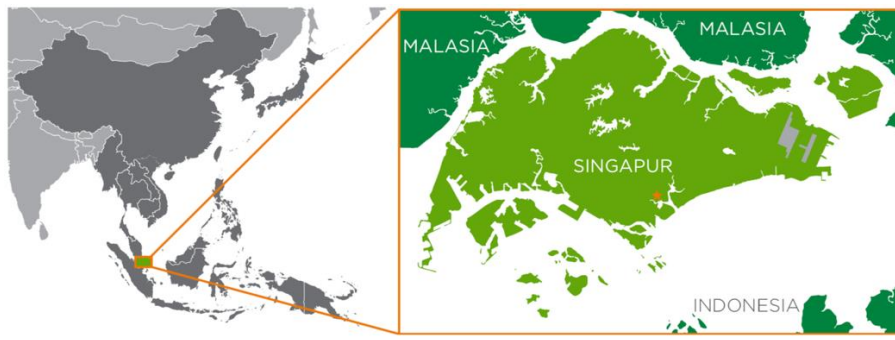


Figura 1: Mapa Singapur

Fuente: PROCOMER (2014)

Análisis Pestel.

En el siguiente cuadro se encontrará el análisis de aspectos relevantes como política, economía, sociedad, tecnología, medio ambiente y legislación, esto con el fin de conocer y entender un poco más de la actualidad del gigante asiático Singapur.

Política	Con base en León, López y Vinicio (2015): Singapur cuenta con un gobierno de República democrática parlamentaria con un sistema Westminster de gobierno unicameral que representa los diferentes distritos electorales. Posee una intervención estatal activa que limita la libertad de expresión, ya que muchos medios de comunicación son controlados por
----------	--

	<p>el Estado. (p. 13)</p> <p>A pesar de la limitación a la libertad de expresión, la Consulta de Riesgo Político y Económico (PERC) declara que el país goza del riesgo político más bajo del continente (...) Hoy, la estabilidad se ha traducido en paz y un mejor nivel de vida. Además, se ha transformado en una de las mejores oportunidades de negocio para Singapur. [PESTLE Analysis. 2015 (párr. 3)]</p> <p>León, López y Vinicio (2015) comentan:</p> <p>Su sistema legal y aduanero es bastante complejo y exige una preparación extensa en cuanto a permisos, procedimientos e impuestos. Con el fin de facilitar un poco este proceso, el gobierno ha creado un programa aduanero y firmado acuerdos gubernamentales (...) Sus políticas aduanales que han evolucionado al punto que es favorable el realizar negocios con ese país asiático. Asimismo, sus políticas de apertura de mercado los han llevado a ser una de las economías más importantes del mundo. (p. 15, 16)</p> <p>Pertenece a organizaciones comerciales y económicas como:</p> <ul style="list-style-type: none">Organización Mundial de Comercio (OMC)Conferencia de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)Cámara de Comercio Internacional (CCI)Fondo Monetario Internacional (FMI)Banco MundialAsian Development Bank <p>(PROCOMER, p. 6)</p>
--	--

<p>Economía</p>	<p>De acuerdo con PESTLE Analysis (2015):</p> <p>El gobierno ha invertido en la diversificación de la economía; como resultado el turismo, la industria farmacéutica y muchas otras industrias han florecido. Una de las principales razones de su éxito es la ubicación geográfica estratégica con la que cuenta, así como mano de obra más barata que algunos de los países vecinos, ayuda a que Singapur ahorre en gran cantidad de costos. (párr. 7)</p> <p>Así como apostó a la diversificación, también ha basado su economía en la libre empresa (...) abriéndose al mundo, atrayendo inversión privada y permitiendo el libre comercio, esto lo ha logrado a través de un sistema regulatorio simple, impuestos que incentivan la inversión, estabilidad política y protección a la propiedad privada. [León, López y Vinicio. 2015 (p.27)]</p> <p>De acuerdo con la información recolectada por la página datosmacro.com sobre Singapur, en cuanto al Índice de Desarrollo Humano (IDH), que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso del país y muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los singapurenses se encuentran entre los que mejor calidad de vida tienen. [Singapur, 2018(párr. 6)]</p>
<p>Social</p>	<p>Singapur sigue los valores familiares tradicionales, a pesar que las generaciones más jóvenes tienden a seguir la cultura occidental. La educación primaria es obligatoria y los padres deben garantizar la asistencia regular de los niños a la escuela; gracias al alto nivel de educación, sus habitantes cuentan con un buen dominio de los idiomas inglés y chino</p>

	<p>brindando una ventaja y atrayendo comercio internacional e inversión extranjera. [PESTLE Analysis. 2015 (párr. 9)]</p> <p>León, López y Vinicio (2015) afirman que la tendencia a la cultura occidental se ve relacionado con el crecimiento económico, que se basa en su mayoría en servicios financieros y de banca, que conlleva a un aumento en el poder adquisitivo y la demanda de productos de mayor calidad. Esto tiene como consecuencia que los singapurenses muestren poco interés en trabajos manuales como construcción, llevando a la contratación de mano de obra extranjera.[Singapur: Analisis SWOT PESTEL (p.49)]</p>
<p>Tecnología</p>	<p>León, López y Vinicio (2015) dicen:</p> <p>La tecnología y las telecomunicaciones son servicios de alto potencial, los bienes y servicios potenciales son: Computadoras, telecomunicaciones, productos de construcción, servicios educativos universitarios, regalos, electrodomésticos entre otros (...) Los consumidores tienen en mente el precio, calidad y servicio. Su cultura ha cambiado a ser más consumista, son fieles a las marcas y con su calidad de vida demandan bienes y servicios de alto nivel. [Singapur: Analisis SWOT PESTEL (p.65)]</p> <p>La tasa de introducción de internet de banda ancha en los hogares de Singapur es de más del 70%, el comercio electrónico y el modelo de comercio electrónico del negocio al consumidor (eB2C) han surgido y están tomando cada vez más poder, esto y la infraestructura de Tecnologías de Información (TI) generalizada alientan a las multinacionales a introducir y establecer sus operaciones regionales en Singapur, llevando al Gobierno a incursionar en el gobierno electrónico. [PESTLE Analysis. 2015 (párr. 12)]</p>

<p>Medio Ambiente</p>	<p>El Ministerio de Ambiente de Singapur se ha preocupado por crear conciencia ambiental, existe un acta de aire limpio desde 1971 y ha sido reformada a través del tiempo para adaptarse a las regulaciones internacionales. (</p> <p>Uno de sus problemas más grandes es la contaminación del aire en áreas urbanas proveniente del transporte, tienen escasez de agua dulce y dependen mucho de productos derivados del petróleo para la generación de energía. [Singapur: Analisis SWOT PESTEL (p.73)]</p> <p>Gracias a los esfuerzos realizados para resolver los problemas de contaminación, se han creado leyes y actas para controlar esto, hoy en día Singapur es una ciudad relativamente limpia, ordenada con plan de crecimiento. [Singapur: Analisis SWOT PESTEL (p.74)]</p> <p>Como prevención a los problemas ambientales que pueda traer este crecimiento, las leyes de basuras y contaminación son estrictas de igual forma para nacionales como extranjeros, botar basura en la calle o dejar un espacio que no es apto o no está dentro de los permitidos para el consumo de alimentos conlleva una multa alta, así como fumar por fuera de las zonas permitidas, esta última tiene una multa de hasta 1000 dólares.</p>
<p>Leyes</p>	<p>Las leyes en este país tienen la intención de ser universales y claras, buscan enfatizar el esfuerzo de las autoridades por distribuir y explicar al público las leyes.</p> <p>Desde 2004 Singapur cuenta con una “Ley de competición” que regula y protege la actividad de los actores económicos y evitar prácticas que afecten la libre competencia en el mercado.</p> <p>Las leyes de protección al consumidor proveen soluciones contra los bienes defectuosos o que no cumplen con los estándares de calidad, estas son conocidas como</p>

	<p>“Lemon Laws” ya que estos productos de baja calidad se les llaman limones.</p>
<p>Política</p>	<p>León, López y Vinicio (2015) dicen:</p> <p>Singapur cuenta con un gobierno de República democrática parlamentaria con un sistema Westminster de gobierno unicameral que representa los diferentes distritos electorales. Posee una intervención estatal activa que limita la libertad de expresión, ya que muchos medios de comunicación son controlados por el Estado. (p. 13)</p> <p>A pesar de la limitación a la libertad de expresión, la Consulta de Riesgo Político y Económico (PERC) declara que el país goza del riesgo político más bajo del continente (...) Hoy, la estabilidad se ha traducido en paz y un mejor nivel de vida. Además, se ha transformado en una de las mejores oportunidades de negocio para Singapur. [PESTLE Analysis. (párr. 3)]</p> <p>León, López y Vinicio (2015) comentan:</p> <p>Su sistema legal y aduanero es bastante complejo y exige una preparación extensa en cuanto a permisos, procedimientos e impuestos. Con el fin de facilitar un poco este proceso, el gobierno ha creado un programa aduanero y firmado acuerdos gubernamentales (...) Sus políticas aduanales que han evolucionado al punto que es favorable el realizar negocios con ese país asiático. Asimismo, sus políticas de apertura de mercado los han llevado a ser una de las economías más importantes del mundo.(p. 15, 16)</p> <p>Pertenece a organizaciones comerciales y económicas</p>

	<p>como:</p> <ul style="list-style-type: none"> Organización Mundial de Comercio (OMC) Conferencia de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) Cámara de Comercio Internacional (CCI) Fondo Monetario Internacional (FMI) Banco Mundial Asian Development Bank <p>(PROCOMER, p. 6)</p>
<p>Economía</p>	<p>De acuerdo con PESTLE Analysis (2015)</p> <p>El gobierno ha invertido en la diversificación de la economía; como resultado el turismo, la industria farmacéutica y muchas otras industrias han florecido. Una de las principales razones de su éxito es la ubicación geográfica estratégica con la que cuenta, así como mano de obra más barata que algunos de los países vecinos, ayuda a que Singapur ahorre en gran cantidad de costos. (párr. 7)</p> <p>Así como apostó a la diversificación, también ha basado su economía en la libre empresa (...) abriéndose al mundo, atrayendo inversión privada y permitiendo el libre comercio, esto ha logrado a través de un sistema regulatorio simple, impuestos que incentivan la inversión, estabilidad política y protección a la propiedad privada. [León, López y Vinicio. 2015 (p.27)]</p> <p>Con base en la información recolectada por la página datosmacro.com sobre Singapur, en cuanto al Índice de Desarrollo Humano (IDH), que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso del país y muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los singapurenses se encuentran entre los que mejor calidad de vida tienen. (párr. 6)</p>

<p>Social</p>	<p>Singapur sigue los valores familiares tradicionales, a pesar que las generaciones más jóvenes tienden a seguir la cultura occidental. La educación primaria es obligatoria y los padres deben garantizar la asistencia regular de los niños a la escuela; gracias al alto nivel de educación, sus habitantes cuentan con un buen dominio de los idiomas inglés y chino brindando una ventaja y atrayendo comercio internacional e inversión extranjera. [PESTLE Analysis. 2015 (párr. 9)]</p> <p>León, López y Vinicio (2015) comentan que la tendencia a la cultura occidental se ve relacionado con el crecimiento económico, que se basa en su mayoría en servicios financieros y de banca, que conlleva a un aumento en el poder adquisitivo y la demanda de productos de mayor calidad. Esto tiene como consecuencia que los singapurenses muestren poco interés en trabajos manuales como construcción, llevando a la contratación de mano de obra extranjera. (p.49)</p>
<p>Tecnología</p>	<p>León, López y Vinicio (2015) dicen:</p> <p>La tecnología y las telecomunicaciones son servicios de alto potencial, los bienes y servicios potenciales son: computadoras, telecomunicaciones, productos de construcción, servicios educativos universitarios, regalos, electrodomésticos entre otros (...) Los consumidores tienen en mente el precio, calidad y servicio. Su cultura ha cambiado a ser más consumista, son fieles a las marcas y con su calidad de vida demandan bienes y servicios de alto nivel. (p.65)</p> <p>La tasa de introducción de internet de banda ancha en los hogares de Singapur es de más del 70%, el comercio electrónico y el modelo de comercio electrónico del negocio</p>

	<p>al consumidor (eB2C) han surgido y están tomando cada vez más poder, esto y la infraestructura de Tecnologías de Información (TI) generalizada alientan a las multinacionales a introducir y establecer sus operaciones regionales en Singapur, llevando al Gobierno a incursionar en el gobierno electrónico. [PESTLE Analysis. 2015 (párr. 10)]</p>
<p>Medio Ambiente</p>	<p>El Ministerio de Ambiente de Singapur se ha preocupado por crear conciencia ambiental, existe un acta de aire limpio desde 1971 y ha sido reformada a través del tiempo para adaptarse a las regulaciones internacionales.</p> <p>Uno de sus problemas más grandes es la contaminación del aire en áreas urbanas proveniente del transporte, tienen escasez de agua dulce y dependen mucho de productos derivados del petróleo para la generación de energía.</p> <p>Gracias a los esfuerzos realizados para resolver los problemas de contaminación, se han creado leyes y actas para controlar esto, hoy en día Singapur es una ciudad relativamente limpia, ordenada con plan de crecimiento.</p> <p>Como prevención a los problemas ambientales que pueda traer este crecimiento, las leyes de basuras y contaminación son estrictas de igual forma para nacionales como extranjeros, botar basura en la calle o dejar un espacio que no es apto o no está dentro de los permitidos para el consumo de alimentos conlleva una multa alta, así como fumar por fuera de las zonas permitidas, esta última tiene una multa de hasta 1000 dólares.</p>
<p>Leyes</p>	<p>Las leyes en este país tienen la intención de ser universales y claras, buscan enfatizar el esfuerzo de las autoridades por distribuir y explicar al público las leyes.</p> <p>Desde 2004 Singapur cuenta con una “Ley de competencia” que regula y protege la actividad de los actores</p>

	<p>económicos y evitar prácticas que afecten la libre competencia en el mercado.</p> <p>Las leyes de protección al consumidor proveen soluciones contra los bienes defectuosos o que no cumplen con los estándares de calidad, estas son conocidas como “Lemon Laws” ya que estos productos de baja calidad se les llaman limones.</p>
--	--

Figura 2: Análisis Pestel de Singapur

Fuente: Elaboración propia

El siguiente cuadro presenta la relación PESTEL con la exportación de café a Singapur.

Aspecto	Ítem importante	Contexto Café
Político	Programa aduanero y políticas de apertura de mercado.	Como antes se mencionó los trámites aduaneros en Singapur son tediosos, pero con el programa aduanero, la facilidad para realizar la tramitología correspondiente para ingresar el producto (café verde y tostados) se cuenta con una ventaja, así mismo el tratado vigente entre los dos países, hace parte de las políticas de apertura de mercado y conlleva una ventaja a la hora de negociar con los comercios y distribuidores locales.
Económico Y		La gran acogida que tuvieron las empresas de finanzas y los servicios de banca, así como

<p>Social</p>	<p>Aumento en el poder adquisitivo, que permite la demanda de productos de mayor calidad</p> <p>Inversión extranjera en servicios financieros y de banca.</p>	<p>la gran estabilidad económica presentada por los singapurenses, ha llevado a que su poder adquisitivo sea cada vez mayor y sus gustos demanden productos de mayor calidad, es este el punto clave para el comercio de café de especialidad costarricense, el renombre y confianza que tiene el café costarricense a nivel mundial gracias a la gran calidad que ha demostrado, lo hace una buena opción para los gustos cada vez más exigentes de sus habitantes y todo aquel que visite el país.</p>
<p>Tecnológico</p>	<p>Crecimiento del comercio electrónico y el (eB2C)</p>	<p>El crecimiento del Ecommerce es una gran ventaja para la comercialización del producto costarricense ya que se puede jugar con el espacio de venta, no solo cafeterías o supermercados también poder venderlo en línea, esto no solo facilita a los comerciantes, también a los consumidores que no cuentan con el tiempo para poder ir a un comercio a comprar el café.</p>
<p>Medio Ambiental</p>		<p>Costa Rica es conocida por su cultura Be Green, sus grandes reservas naturales y por impulsar todo aquello que ayude a salvar y restaurar el medio ambiente.</p>

	<p>Gran preocupación por el medio ambiente, regulaciones para el manejo de los desechos.</p> <p>Fuertes políticas de basura y consumo de alimentos.</p>	<p>Es por esto que la cero tolerancia a la contaminación en Singapur puede llegar a jugar a favor del producto costarricense, y no solo ser reconocidos por la gran calidad del producto sino por ayudar el medio ambiente.</p> <p>Bolsas que se puedan reciclar, estaciones de acopio de los empaques para la reutilización son algunas de las formas en que se puede utilizar para beneficio de la marca la preocupación y regulaciones medioambientales. Una gran idea que da más protagonismo a los beneficios, sus trabajadores y a los consumidores, es la creación de empaques con los desechos de la planta del café, que pueden contener semillas no necesariamente de la planta del café con el fin de devolver este a la tierra cuando ya no sea utilizado y el consumidor lo vea como una ayuda al planeta tierra plantando semillas que se volverán plantas y serán de gran ayuda para un aire más limpio.</p>
Leyes	“Ley de competencia”	Con la ley de competencia, se asegura que no se realicen prácticas que afecten la libre competencia, es gracias a esto que se da un escenario óptimo para

		<p>poder comercializar el café costarricense, sin tener preocupaciones de actividades que pongan en desventaja la comercialización de este, frente al producto asiático de gran calidad que se puede encontrar en países como Filipinas, Tailandia entre otros.</p>
--	--	---

Figura 3: Relación PESTEL con la exportación de café a Singapur.

Fuente: Elaboración propia.

ICAFE

El Instituto de Café de Costa Rica (ICAFE, 2018) es una institución pública de carácter no estatal, fundada en 1933 como rectora de la caficultura costarricense. El ICAFE se reglamenta en la Ley de la República de Costa Rica No. 2762, con el objetivo de:

Promover un modelo de producción único y equitativo entre los Productores, Beneficios, Tostadores y Exportadores nacionales.

Apoyar la producción, proceso, exportación y comercialización del café costarricense.

Promover el consumo nacional e internacional de nuestro café.

Investigar y desarrollar tecnología agrícola e industrial.

Aprobar un precio mínimo justo que debe pagar el beneficio de café al productor del mismo.

Según el Instituto de Café

Misión.

Somos la institución que regula, fomenta y defiende la actividad cafetalera con el propósito de alcanzar su sostenibilidad, en procura del bienestar socioeconómico del sector, con café de excelente calidad. [ICAFE. 2018 (párr. 2)]

Visión.

Ser una Institución líder a nivel mundial, en el desarrollo tecnológico para el mejoramiento de la productividad, la industrialización y la promoción de Café de Costa Rica, brindando servicios ágiles y efectivos que mantengan equidad en la agrocadena, así como en la defensa de los intereses de la actividad, con un compromiso permanente de sus colaboradores. [ICAFE. 2018 (párr. 3)]

Marco Teórico del objeto de estudio

Comercio Exterior

Sampa (2009) dice:

El comercio exterior se concibe como un conjunto de operaciones de importación y de exportación de bienes y de servicios, caracterizadas por una fuerte presencia pública en cuanto que realizadas por un Estado determinado y reguladas por su derecho administrativo económico o por el Derecho comunitario -en el caso de países pertenecientes a la Unión Europea- o por otro Derecho suprarregional similar. (p.24).

Este concepto es importante para poder entender la relación y actividad comercial que se estará analizando entre Costa Rica y Singapur con el fin de exportar café a este último.

Exportaciones

Castro (2008) define la exportación como “la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o hacia una zona franca industrial de bienes y/o servicios, para permanecer en ella de manera definitiva.”

Es importante tener claro en qué consiste el término exportación para entender que conlleva una exportación, para desarrollar de manera efectiva el análisis de prospección.

Política Comercial

Velatanga (2012) dice:

El manejo del conjunto de instrumentos del estado para mantener, alterar o modificar las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo. La política comercial está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados en los ámbitos bilateral, multilateral y regional, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio.

La política comercial es importante para conocer todos aquellos instrumentos de ámbito gubernamental con los que cuentan los dos países respecto a las relaciones comerciales con las que puedan contar.

Coolhunting

Gil (2009) dice:

El objetivo final del coolhunting, es la de proveer de información que ayude a las organizaciones a adaptar la comunicación, las marcas y sus productos o servicios a las demandas futuras de sus consumidores. De esta forma, el cazador de tendencias se erige como una fuente de información al servicio de la creatividad y la innovación de las empresas (p.29)

Es de gran importancia para la investigación el Coolhunting para poder analizar y evaluar las tendencias seguidas en el país asiático, para así poder buscar las mejores opciones de introducción y comercialización del producto costarricense a Singapur y prever la reacción de los consumidores.

Índice GINI

De acuerdo con Torres (2016):

Herramienta analítica que suele emplearse para medir la concentración de ingresos entre los habitantes de una región, en un periodo de tiempo determinado. Desarrollada por el estadístico italiano Corrado Gini en 1912 y expuesta en su

obra *Variabilità e mutabilità*, se utiliza en campos diversos como el de la economía, la salud, la ingeniería o la política. (párr. 1)

Con el índice o coeficiente de GINI se busca conocer más acerca de la desigualdad salarial de los dos países y poder deducir e investigar acerca del poder adquisitivo de los singapurenses, para encontrar la mejor forma de introducir y vender el café costarricense.

Café de especialidad

Mocay Caffè (2017) dice:

De acuerdo con las normas de la Speciality Coffee Association of America (SCAA), un café que recibe una puntuación de 80 puntos o más en una escala de 100 es considerado un café de especialidad. Esta puntuación es otorgada por catadores certificados del Coffee Quality Institute (CQI) de Estados Unidos, que tienen en cuenta todas las partes del proceso de producción, desde el cultivo hasta la elaboración de la taza de café. (Prf 4)

Es necesario conocer la definición de café de especialidad, ya que es este tipo de café el que se busca vender en el mercado de Singapur, se necesita conocer que conlleva un café de especialidad con el fin de entregar el mejor producto y dejar al país y sus productores en alto.

Tratado de Libre Comercio

El Ministerio de Economía y Finanzas (2018) define:

Un tratado es una forma eficaz de estructurar un acuerdo. La palabra 'tratado' tiene un significado legal técnico. La Convención de Viena sobre Tratados de 1969 define un tratado como un acuerdo internacional entre Estados, o entre un Estado y una organización internacional, o entre organizaciones internacionales (...) Un TLC es un convenio comercial internacional, que se da entre dos o más naciones donde se negocian acuerdos de preferencias arancelarias recíprocas al comercio de bienes y servicios, involucrando igualmente a áreas importantes como: inversiones,

tecnología, comunicaciones, ambientales, sanitarias, propiedad intelectual, laboral, entre otros. (párr. 10-12)

Ya existe un tratado entre Costa Rica y Singapur, que puede facilitar la exportación del producto de café (verde y tostado), de forma que beneficie mucho más a todas las partes involucradas.

Influencers

Galiana (2017) menciona que un influencer son:

Son personas que han surgido de sus canales de YouTube, blogs o cualquier otra red social. Hay influencers que solo actúan desde su casa e influencers que acuden a eventos y, por supuesto, los hay de muchas categorías. Es la persona que puede hacer que tu negocio consiga más popularidad y visibilidad online. (párr.3)

Los Influencers nos ayudan a distinguir los gustos, costumbres y cafeterías de moda que existen en la zona de Asia. Además, tienen como motivo influenciar al público que ve sus publicaciones, sobre un tema en específico.

Pestel

Parada (2013) afirma que:

Las herramientas de análisis PESTEL es una técnica de análisis estratégico para definir el contexto de una compañía a través del análisis de una serie de factores externos.

El análisis PESTEL, al igual que el DAFO, forman parte del marketing estratégico, que es el encargado de analizar los factores internos y externos a nuestra compañía, y cuyo resultado deberemos incluir en nuestro plan de negocio. (párr. 1,2)

Con dicho análisis, se muestran las ventajas que se presentan en distintas áreas de importancia que se deben de analizar a detalle para conocer más a fondo el mercado al que se desea acceder a penetrar.

Agrocadena

Solórzano y Zeledón (2008), definen una agrocadena como: “todo conglomerado de relaciones económico-sociales, entre diferentes actores y entre estos y el entorno, sobre la base de una actividad agro-productiva, o varias ligadas entre sí; visualizando integralmente todas sus fases: pre-producción, producción primaria, agroindustria y comercialización.” (p.13)

Las agrocadenas nos permiten conocer a detalle todas las fases que contiene la producción de café, desde su recolección hasta la futura comercialización que se puede dar.

Incoterms

“Son una serie de convenciones que permiten delimitar las responsabilidades de comprador y vendedor en una operación de comercio internacional, para subsanar las diferencias existentes entre las distintas legislaciones nacionales”. [Genaro de Jesús Portales, 2001, (p. 27)]

Los Incoterms son los encargados de interpretar términos comerciales en los contratos de compraventa internacional de los productos. De acuerdo con el Incoterm que se elija, así se va a llevar a cabo la negociación entre comprador y vendedor.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

Metodología de la investigación

La metodología de la investigación es aquella ciencia o conjunto de técnicas y procedimientos que tienen como fin llevar a cabo la recolección, clasificación y validación de datos y experiencias que provienen del entorno y con los cuales se puede ir construyendo conocimiento.

Esta sirve como soporte conceptual y de procedimiento suficiente para contrastar, aplicar y validar procesos de investigación científico con el fin de cumplir protocolos de cada una de las disciplinas.

Hernández, Fernández, Sampieri (2014) dicen:

Cuanta más investigación se genere, más progreso existe; ya se trate de un bloque de naciones, un país, una región, una ciudad, una comunidad, una empresa, un grupo o un individuo. No en vano las mejores compañías del mundo son las que más invierten en investigación.

Enfoque Cualitativo

Cortes, Iglesias (2004) dicen que:

El enfoque cualitativo es una vía de investigar sin mediciones numéricas, tomando encuestas, entrevistas, descripciones, puntos de vista de los investigadores, reconstrucciones de los hechos, no tomando en general la prueba de hipótesis como algo necesario. Se llaman holísticos porque a su modo de ver las cosas las aprecian en su totalidad, como un TODO, sin reducirlos a sus partes integrantes. (p.7)

En este se pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y después de toda la recolección y análisis de los datos. Este sirve para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, perfeccionarlas y responderlas.

Se utiliza este enfoque ya que la información se obtendrá mediante la recolección de datos no numéricos y más conductuales, este es importante para poder inferir las costumbres y tendencias presentadas por la población que posee Singapur en cuanto a café de especialidad se habla, su normativa en cuanto a la importación de café de regiones de América tanto café verde como tostado. Además, con este enfoque se puede conocer

qué opinan los productores nacionales sobre introducir su producto a un mercado como el singapurense, reconocer qué beneficios puede traer tanto para el productor y distribuidor como para la economía en general.

Diseño de investigación

Según Hurtado (2010) el diseño de investigación: “Es el conjunto de decisiones estratégicas que toma el investigador relacionadas con el dónde, el cuándo, el cómo recoger los datos y con el tipo de datos por recolectar para garantizar la validez interna de su investigación”

Para poder definir el diseño de investigación se deben tener en cuenta ciertos criterios:

Origen de los datos

Perspectiva de temporalidad

Amplitud del foco

Los siguientes son los diseños utilizados en esta investigación.

Longitudinal.

Baptista, Fernández, Hernández (2014) expresan: “Estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución del problema de investigación o fenómeno, sus causas y efectos.” (p.159)

Se escoge este diseño ya que se analizarán datos de las importaciones realizadas por Singapur de café verde y tostado en los últimos 3 años, para esto es necesario obtener datos de diferentes años y así saber si hay un aumento, disminución o estabilidad en estas importaciones

Métodos de investigación

Analítico.

Gómez (2012) afirma que:

Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado (...) Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado para ver, por ejemplo, las relaciones entre las mismas (p.16)

Se selecciona este método de investigación, ya que se espera estudiar, no solo la relación comercial actual entre los dos países, sino los beneficios y posibles incrementos de exportación de café a Singapur, por lo cual es necesario evaluar y examinar características de los tratados, acuerdos y cómo estos beneficia a ambos países.

Tipos de investigación

Según Hurtado (2014): el tipo de investigación alude al grado de profundidad y clase de resultado por lograr en la investigación (...) Algunos métodos son más idóneos para desarrollar ciertos tipos de investigación” (p.110)

Para esta investigación se utilizarán los siguientes tipos de investigación:

Descriptiva.

Según Jaqueline Hurtado la investigación descriptiva debe contener definiciones y explicaciones relativas al evento que se pretende describir, los intentos previos de descripción, aspectos estudiados y no estudiados de dichos eventos. [Metodología de la investigación Holística, (p. 98)]

En la presente investigación se utiliza este tipo de investigación ya que se buscará describir las cualidades y afectaciones que conlleva para el comercio costarricense que el país incremente su exportación de café a países del continente asiático en específico a Singapur.

Sujetos y fuentes de información

“Es la definición de quiénes son las personas objetos de estudio, también se le conoce como población o universo, según Barrantes (2005) “la población: conjunto de elementos que tienen características en común... Pueden ser finitas o infinitas” (p.135). (Schmidt, Ileana. Tesis)

Marga Losanto Viñolas citando a A.Martín Vega, las fuentes de información tienen como objetivos principales buscar, localizar y difundir el origen de la información contenida en cualquier soporte físico, no exclusivamente en formato libro, aunque sus productos más elaborados y representativos sean los repertorios. (Fuentes de información: tipos y características)

Población.

Lepkowski (2008) dice que: “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especiaciones”

Los productores de café, así como expertos en exportación más que todo en café, entidades como el ICAFE y todas aquellas fuentes tanto nacionales como internacionales serán la población de la presente investigación. Esto con el fin de recoger información de personas con alto conocimiento en el producto por exportar, la cultura de compra y consumo de Asia y su reglamentación para la entrada y comercialización del producto.

Fuentes de información.

Fuentes primarias.

Para Wigodski (2010) citado por Bounocore (1980) define a las fuentes primarias de información como: “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos.” (p.222) En este trabajo se utilizará una base de datos sobre importaciones de café verde y tostado en Singapur en los últimos 3 años. Además, se utilizan artículos científicos, publicaciones en blogs, opiniones de expertos y sitios web ligados al café de especialidad en Singapur.

Fuentes secundarias.

Para Wigodski (2010) citado por Bounocore (1980) define a las fuentes secundarias como aquellas que: “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados.” (p.229) Dentro de las fuentes secundarias que se utilizan para realizar la investigación encontramos, libros, bases de datos, entrevistas y diccionarios.

Instrumentos y técnicas utilizadas para la recopilación de datos

Instrumentos

Entrevistas.

Una de las mejores formas de recolectar información es realizando entrevistas. Esta forma de recolección de datos es de las más populares, ya que permite obtener el conocimiento directo sobre un tema. Una ventaja de utilizar dicho instrumento es la oportunidad de obtener la información lo más actualizada y real posible.

Técnicas de recolección de datos

Según Hurtado (2010):

El proceso de recolección de datos requiere del empleo de técnicas e instrumentos que permitan acceder a la información necesaria durante la investigación. Las técnicas comprenden procedimientos y actividades que

le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación. Estas técnicas se pueden clasificar según el proceso utilizado para acceder a dicha información, y también con base en el área de conocimiento donde se aplican. (p.766)

Las técnicas por utilizar en el trabajo de investigación son las siguientes:

Netnografía.

Cultura y consumo de café en Singapur por medio de las redes sociales.

Como parte del proceso de conocimiento de las costumbres y gustos de los habitantes de Singapur, es necesario analizar qué sucede en la comunidad digital, cómo documentan su diario vivir por medio de Hashtags, fotos, blogs, con personajes que representan no solo las tendencias, sino las ideas en común de toda la comunidad, siendo una fuente importante de información acerca del mercado al cual se quiere entrar.

Turpo (2008) dice:

La netnografía se presenta como un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales. El método deviene de la aplicación de la etnografía al estudio del ciberespacio (...) Para utilizar dicho método, se tienen en cuenta unas fases determinadas que reúnen lo artificial, proporcionado por los ordenadores, con el trabajo natural de los seres humanos, a fin de determinar las decisiones más apropiadas para brindar óptimamente el consumo de un producto de un servicio. [La netnografía: Un método de investigación en Internet, (párr.1)]

Hashtags.

Tanto en Instagram como en Twitter, los hashtags crean un enlace entre las fotos de todos aquellos que deciden utilizarlos, siendo una forma efectiva de ver que productos son los más demandados y cómo van cambiando los gustos de las personas. Dentro de los hashtags encontrados en la cultura singapurense están:

- a) #singaporecoffee (6943 publicaciones contienen este #)
- b) #sgcoffee (30.500 publicaciones)
- c) #singaporecoffeefestival (1778 publicaciones)
- d) #singaporecoffeelovers (87 publicaciones)
- e) #singaporecafe (18.400 publicaciones)
- f) #singaporefood (497.000 publicaciones)

g) #sgfoodporn (419.000 publicaciones)

h) #singaporean (444.000 publicaciones)

Al revisar algunas de las publicaciones que tienen estos hashtags se puede observar como el café hace parte importante de su rutina, les gusta ir a cafeterías y tomar café de especialidad, en sus publicaciones tienden a dar su opinión acerca de toda la experiencia que tuvieron al tomarse un café, comer o reunirse con conocidos en la cafetería, desde ubicación, calidad y experiencia en servicio al cliente.

Cuenta de Instagram.

Singapore Coffee Festival: La cuenta oficial del festival de café más importante de Asia, cuenta con toda la información acerca del día a día de la feria, ubicación, fotos y videos tanto de los stands, expositores y baristas como del público y experiencias que tienen los días del festival, esto gracias al #sgcoffeefest, que le da la oportunidad a las personas de que su publicación aparezca en esta cuenta.

Nylon Coffee Roester: Esta cafetería y tostadora cuenta con 13.900 seguidores, en su cuenta se encuentran fotos de eventos en los que han participado sus productos ya preparados, maquinaria entre otros. De esta cuenta hay que destacar que, al ofrecer producto de otros países, hacen su publicidad, no solo con la publicación de este, sino mostrando imágenes de los lugares de origen de este producto. Cuentan con café de África, Centro América (Guatemala, Salvador, Nicaragua) y Colombia. Publican fotos de paisajes montañosos y personas que representan cada uno de los lugares de donde es cada uno de los productos.

Crystal Wee: Es una influencer de Singapur que se especializa en publicaciones de comida, cuenta con 40.900 seguidores en su cuenta de Instagram y en su información se describe como café pornographer, escritora en el blog danielfooddiary y cuenta con su propia página de internet crystalwee.com. Sus publicaciones son en su mayoría fotografías de comida, café y sus descripciones donde nombra los cafés en los que estuvo, su experiencia y calificación.

Blogs.

Los blogs de comida y aquellos que cumplen la función de ser diario de quienes los escriben también cuentan con escritos acerca del café y describen un poco más los gustos de los singapurenses. Algunos ejemplos son:

- a) Sethlui.com. Artículo: 15 Cafes in Orchard Road To Rest Your Shopaholic Soul
- b) Danielfooddiary.com. Artículo: 8 Best Character Cafes In Singapore, Including Gudetama Cafe, Hello Kitty Orchid Garden And DreamWorks KouKou Café
- c) Mypostcard.com. Artículo: 12 POPULAR CAFES IN SINGAPORE THAT YOU SHOULD VISIT

Confiability y validez del instrumento

“La validez del instrumento se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide.” (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p: 201).

Una investigación que se plantea de la mejor manera alcanza la validez al utilizar instrumentos que ayuden a respaldar dicha investigación, los cuales se valoran a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS

Objetivo 1: Examinar las importaciones de café verde y tostado en Singapur en los últimos 3 años.

Las importaciones y exportaciones del mercado singapurense han tenido crecimiento en todos los productos y servicios que se comercializan. Singapur es una de las principales economías del continente asiático, cuenta con una economía estable que tiende al crecimiento, con un PIB per cápita alto esta economía de Asia Pacífico, está en la mirada de todos los países y empresas que buscan expandir su comercio e invertir en países extranjeros, es así como en Singapur se encuentran sedes de las empresas más grandes del mundo. Al no ser un país con gran capacidad productora, importan la mayoría de los productos agrícolas, dentro de los cuales se encuentra el café.

A continuación, se presenta el análisis de las importaciones de Singapur de café verde y tostado para los años 2015, 2016 y 2017.

Café Verde

La Federación de cafeteros de Colombia (2012) dice que

A este estado del grano de café también se le conoce en ciertos países como “café oro”, “semilla” o “almendra”. Se obtiene después de la remoción del pergamino como resultado del proceso de trilla. El café verde es el insumo básico para la elaboración del café tostado, el soluble y los extractos de café, y es la forma más común en la que es exportado a otros países. (prf. 5, Glosario Cafetero para conocer más sobre el Café de Colombia)

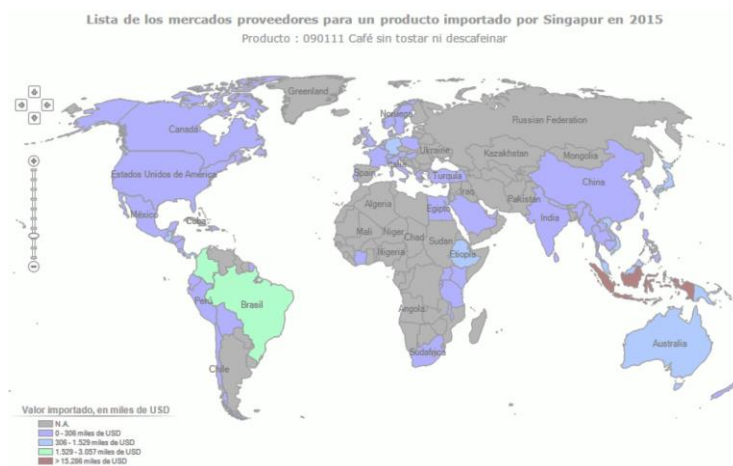


Figura 4: Mapa importaciones Singapur año 2015.

Fuente: TradeMap (2018)

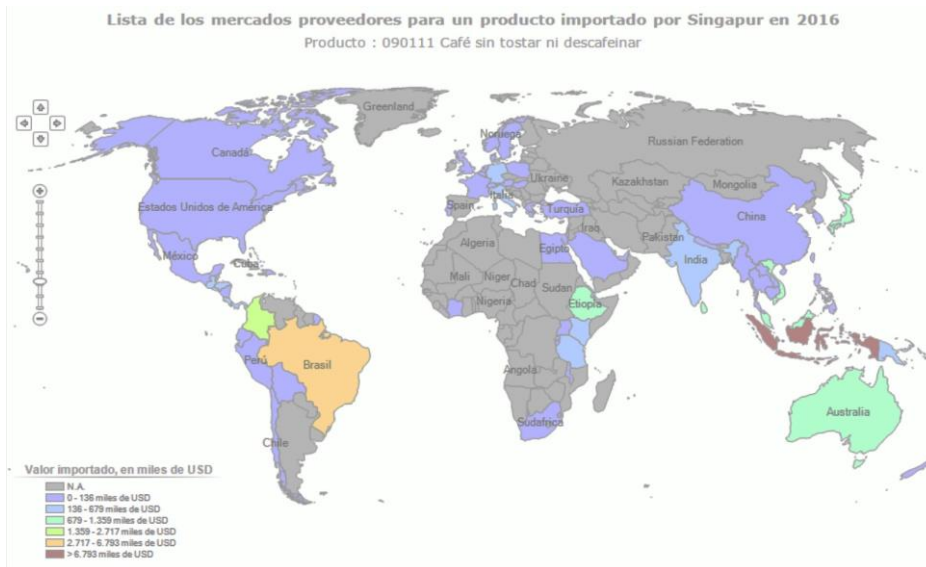


Figura 5: Mapa importaciones Singapur año 2016.

Fuente: TradeMap (2018)

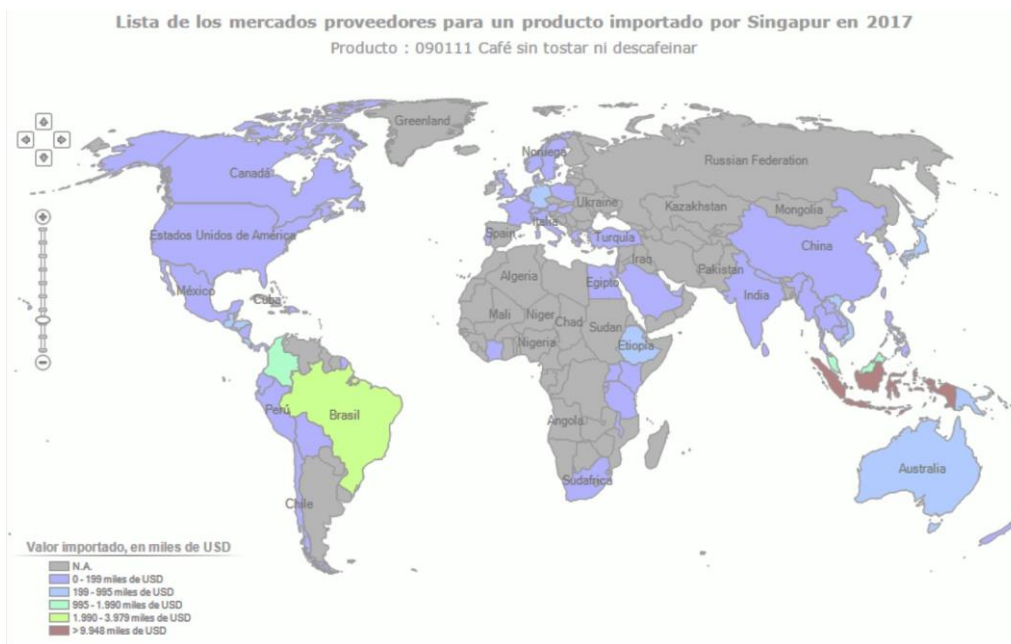


Figura 6: Mapa importaciones Singapur año 2017

Fuente: TradeMap (2018)



Figura 7: Gráfico de barras importaciones de café a Singapur años 2016, 2017 y 2018.

Fuente: Elaboración propia (2018)

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Singapur

Producto:090111 Café sin tostar ni descafeinar. Miles de Dólar Americano y

Toneladas

Exportadores	Valor importado 2015	Cantidad importada 2015	Valor importado 2016	Cantidad importada 2016	Valor importado 2017	Cantidad importada 2017
Mundo	42.017	12.340	28.031	10.566	30.233	9.791
Indonesia	30.571	9.486	13.587	6.309	19.897	7.128
Brasil	2.331	682	2.829	994	2.104	591
Colombia	1.842	441	1.771	490	1.318	340
Malasia	630	158	1.185	420	1.073	359
Guatemala	509	95	500	110	740	172
Djibouti	292	58	174	47	731	149
Australia	890	144	794	130	630	108
Japón	629	208	873	417	571	159
Vietnam	493	247	983	565	482	204
Honduras	178	45	138	42	322	97
Costa Rica	275	58	522	116	304	61
Papua N. Guinea	581	130	640	168	286	76

Alemania	470	94	388	78	247	41
Etiopía	500	120	695	152	211	30
Kenya	165	47	144	34	184	57

Tabla 1: Importaciones Singapur años 2015, 2016 y 2017.

Fuente: TradeMap

En los gráficos y tablas de importaciones de café sin tostar ni descafeinar se puede observar un decrecimiento del valor y cantidades de café verde importado del mundo entre los años 2015 y 2016 de un 44% aproximadamente, en cantidades se deja de importar un total de 1.774 toneladas de café verde. Para el año 2017 se aumentó aproximadamente un 8% el valor importado respecto al valor del 2016, sin embargo, la cantidad importada disminuyó 775 toneladas la cantidad de café verde que se importó, esto lleva a considerar un significativo aumento del precio del café.

En la tabla 1 de las importaciones también se encuentran los primeros 15 países exportadores de café a Singapur teniendo como base los datos del año 2017. Se ve claramente como Indonesia es el mayor exportador de café a Singapur con un porcentaje de venta que oscila entre el 48 y el 73% es decir entre las 6.309 y 9.486 toneladas al año de participación en valor de las importaciones de café a Singapur; gran parte del porque este porcentaje es tan alto se debe a la cercanía entre los dos países, la distancia cultural más comparada con algunos de sus otros exportadores que le da conocimiento de los gustos y preferencias de los consumidores de primera mano, no se puede olvidar que Indonesia es uno de los mayores productores de café del mundo conocido por producir el café más caro por la peculiar forma en que se procesa.

Siguiendo con el segundo y tercer país exportador se encuentran dos potencias del café mundial como lo son Brasil y Colombia, reconocidos por la calidad de su café así como la variedad en su sabor y aroma, cuentan con el renombre que los lleva a ser grandes opciones para el comercio del café en otros países; a pesar de esto el porcentaje de participación en valor en las importaciones de Singapur son considerablemente más bajas que las de Indonesia, para Brasil estas oscilan entre el 6 y 7% y para Colombia se mantiene en un 4%.

Costa Rica se encuentra en el puesto 11 de países exportadores con un 1% de participación en el mercado singapurense siendo 116 toneladas al año la cantidad más alta que se ha exportado, a pesar de producir un café de fama internacional por su calidad, la incursión en este gigante asiático ha sido muy poco, son contados los productores y beneficios que han exportan a Singapur, el más conocido se encuentra en Tarrazú.

Café tostado

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2012) define café tostado como:

Se trata del producto que resulta de la transformación de los granos de café verde. Esto mediante un proceso de aplicación de calor que produce cambios físicos y químicos que potencializan el aroma y el sabor de cada grano. (Prf. 6, Glosario Cafetero para conocer más sobre el Café de Colombia)

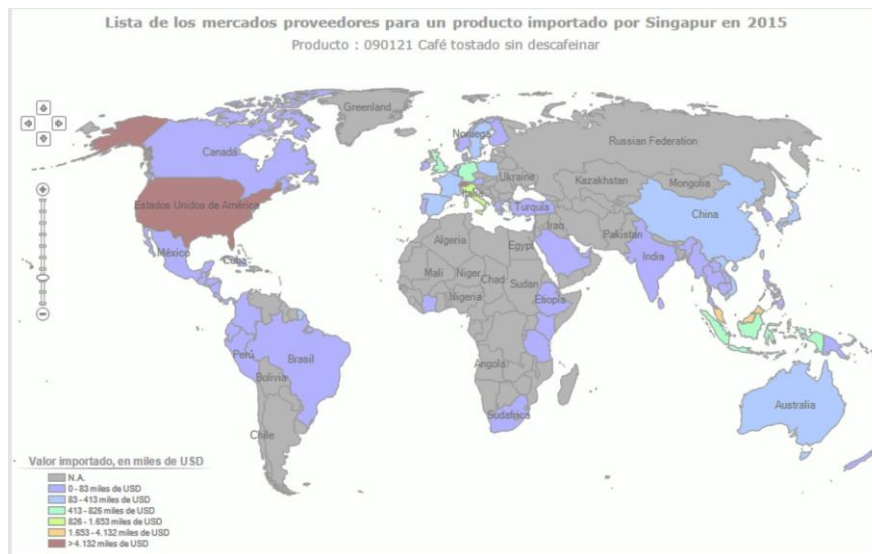


Figura 8: Mapa importaciones Singapur año 2015.

Fuente: TradeMap (2018)

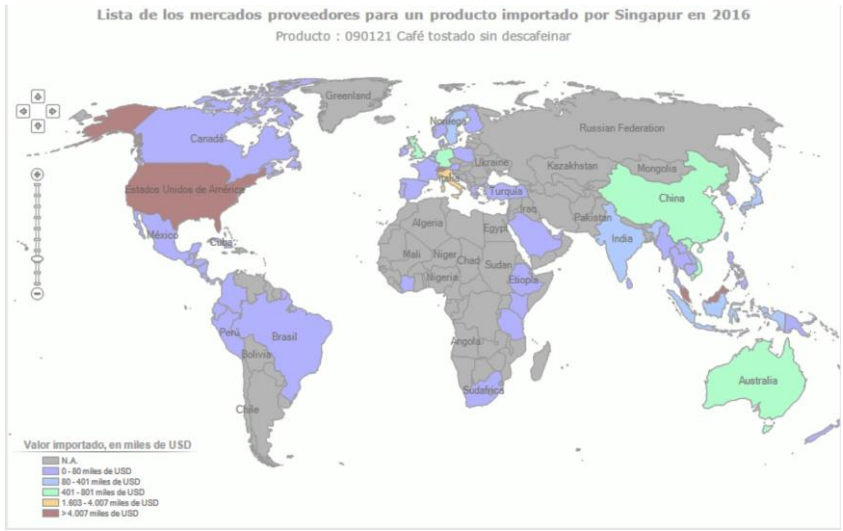


Figura 9: Mapa importaciones Singapur año 2016.

Fuente: TradeMap (2018)

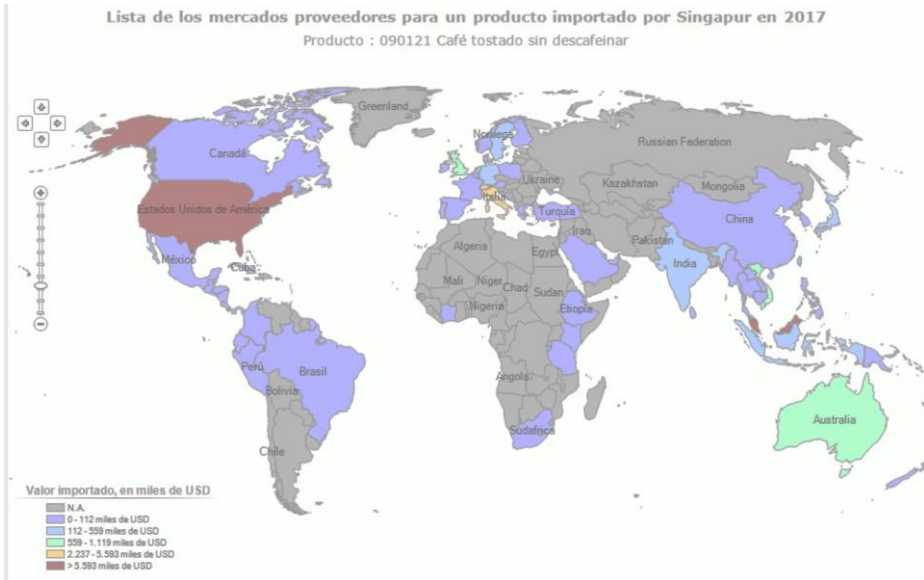


Figura 10: Mapa importaciones Singapur año 2017.

Fuente: TradeMap (2018)

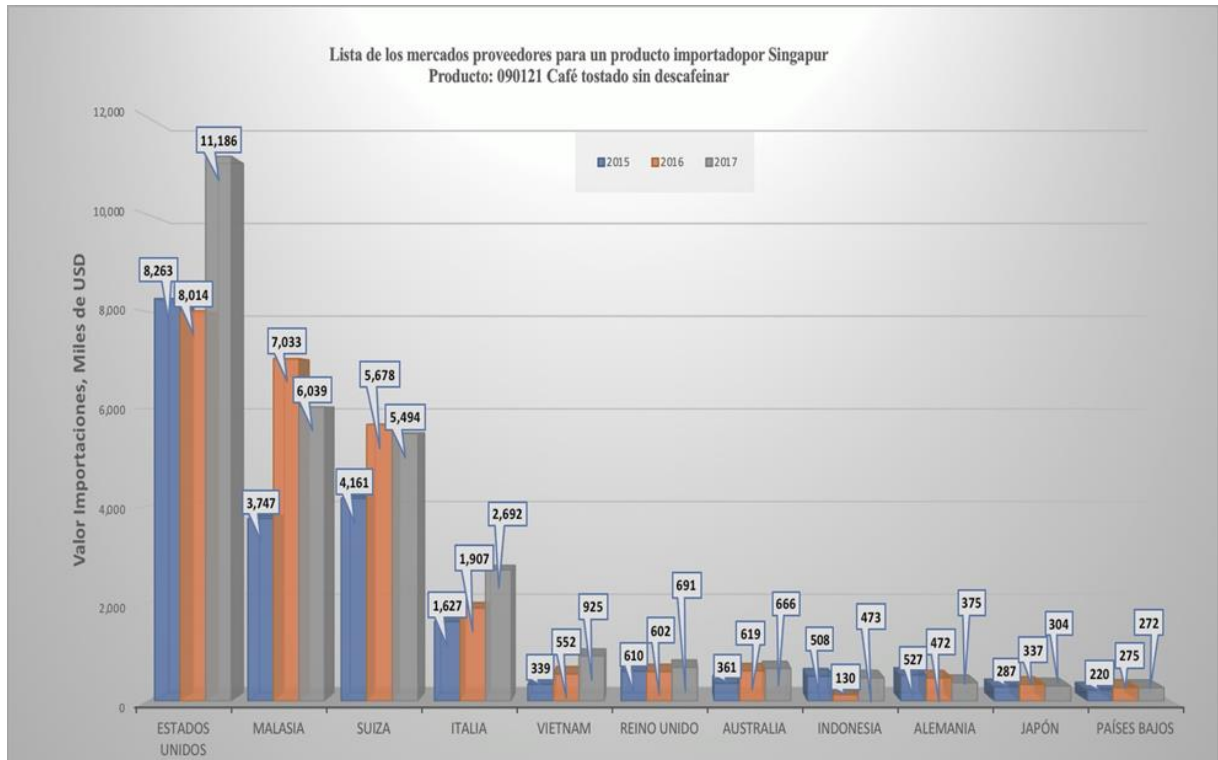


Figura 11: Gráfico de barras importaciones de café a Singapur años 2016, 2017 y 2018.

Fuente: Elaboración propia (2018)

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Singapur

Producto: 090121 Café tostado sin descafeinar. Miles de Dólar Americano y Toneladas

Exportadores	Valor importado 2015	Cantidad importada 2015	Valor importado 2016	Cantidad importada 2016	Valor importado 2017	Cantidad importada 2017
Mundo	22.419	2.569	27.048	2.690	30.281	3.640
Estados Unidos	8.263	984	8.014	1.004	11.186	1.489
Malasia	3.747	657	7.033	839	6.039	1.010
Suiza	4.161	175	5.678	185	5.494	208
Italia	1.627	101	1.907	130	2.692	152
Vietnam	339	130	552	136	925	249
Reino unido	610	39	602	44	691	49
Australia	361	29	619	62	666	66
Indonesia	508	182	130	36	473	200
Alemania	527	49	472	44	375	41
Japón	287	22	337	25	304	21
Países Bajos	220	21	275	26	272	23
India	83	13	103	14	161	21
Suecia	181	25	112	15	131	15

Djibouti	0	0	48	6	112	28
Taipei Chino	109	8	86	7	112	8

Tabla 2: Importaciones Singapur años 2015, 2016 y 2017.

Fuente: TradeMap

Según los datos obtenidos de cantidad y valor de importación del café tostado es mucho menor al presentado para el café verde, aunque a diferencia de este la importación de café tostado va en aumento. Según los datos totales del producto importado mundial a Singapur entre el 2015 y 2016 se da un aumento de aproximadamente 22% del valor importado, en cuanto a la cantidad importada el aumento de un año al otro es de 121 toneladas de café tostado, para el 2017 el aumento de aproximadamente 12% aunque fue mucho menor el porcentaje en valor, la cantidad de producto importado fue mayor ya que del 2016 al 2017 se importaron 950 toneladas más, es decir 829 toneladas más en comparación con el aumento de lapso 2015-2016.

De acuerdo con este tipo de café encontramos distintos países como exportadores, el exportador es Estados Unidos, aunque este país no produce café y su mayoría lo importa en modalidad café verde de países latinoamericanos, realiza una reexportación pasando este café importado por el proceso de tueste, no solo para exportar, sino para consumo interno, para el 2016 el valor importado disminuyó un 2% aproximadamente, presentando un aumento en la cantidad importada en 20 toneladas, ya para el 2017 se ve un aumento tanto en el valor como en la cantidad esta última de 485 toneladas, respecto a la participación en valor de Estados Unidos de la importación de café tostado está entre el 30 y el 37%.

En segundo y tercer puesto se encuentran Malasia y Suiza respectivamente, el primero de estos es el más cercano a Singapur, siendo parte del mismo continente y del mismo grupo económico tiene una participación que oscila entre el 17 y 27%, mientras que Suiza tiene un porcentaje de participación entre 18 y 21%.

Para este producto Costa Rica no se encuentra entre los primeros 15 países exportadores, en realidad se encuentra en el puesto 38, para el año 2015 no exportó café tostado a Singapur, en el 2016 solo exportó 6 toneladas y en 2017 bajo sus importaciones a 2 toneladas, esto demuestra que el mercado más fuerte de exportación de café de este

país centroamericano es la comercialización de café verde, su participación en café tostado no llega ni al 1%.

Objetivo 2: Identificar los requerimientos arancelarios y no arancelarios de importación de Café.

La exportación es un proceso que no consiste solamente en tener un producto y llevarlo a otro país para su posterior venta y uso. Este proceso es más que eso, ya que conlleva una serie de requisitos, normas y detalles que se deben de tener en cuenta a la hora de exportar. Existe cierta información que se debe de tener en cuenta si se piensa en exportar a un país, ya que dicha información nos beneficia y de igual manera nos facilita la entrada al mercado de elección.

Requisitos de exportación.

Para llevar a cabo una exportación de la manera más eficaz y exitosa se debe de cumplir paso a paso el proceso de exportación, el cual contiene dentro de sus pasos los requisitos de exportación que son obligatorios para poder llevar fuera de nuestras fronteras un producto.

A continuación se presenta un diagrama el cual explica el proceso de exportación:

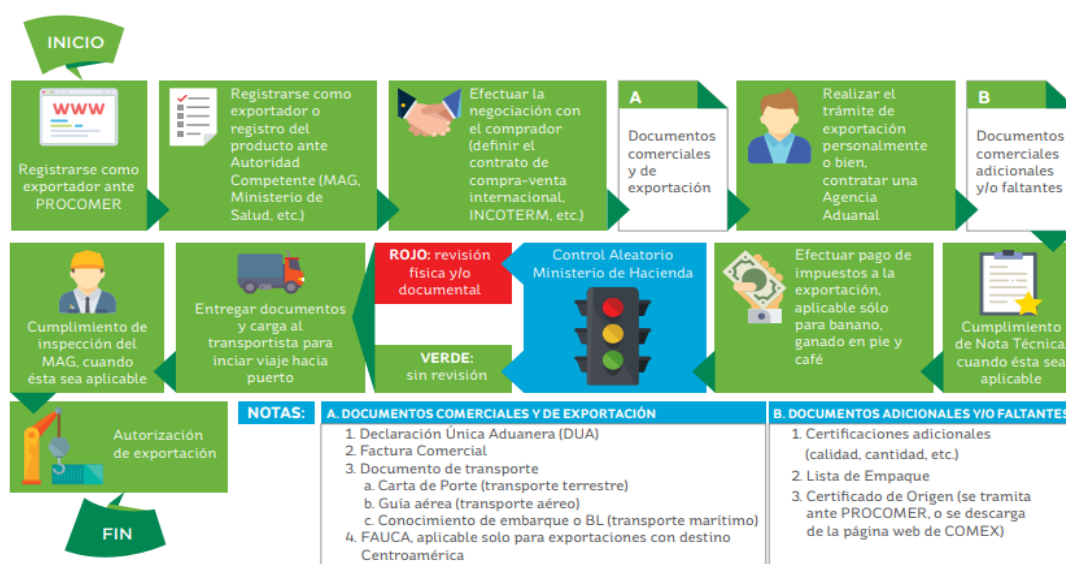


Figura 12: Proceso de exportación

Fuente: PROCOMER (2016)

De acuerdo con la Guía Informativa sobre temas de Comercio Exterior publicado por Procomer en el año 2016, los requisitos de exportación son los siguientes:

1. **Registro como exportador ante Procomer:** dicho registro puede llevarse a cabo en persona física o jurídica en la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) en las oficinas de Procomer en donde se le otorgará un número que lo identificará como exportador. Este registro es gratuito y debe de renovarse cada dos años mediante la plataforma virtual VUCE 2.0
2. **Registro como exportador ante ICAFE**
3. **Requisitos documentales:** son cinco los documentos que se toman como requisito para poder exportar correctamente. El primero es la factura comercial el cual establece las condiciones de venta al comprador. Como segundo documento se debe obtener el manifiesto de carga que es un contrato con el transportista, dicho documento cuenta también con la función de resguardar el transporte de la mercancía ante las autoridades. Otro requisito con el que se debe de contar es con un recibo que el transportista brinda al agente por las mercancías que viajan en el transporte de elección. Si se utiliza la vía marítima, se debe de contar con un BL (Bill of lading), para vía aérea se requiere de una guía aérea y para transporte terrestre una carta de porte. El DUA (Declaración Única Aduanera) es otro documento que debemos de presentar el cual detalla peso, valores, clasificación arancelaria, etc. Como último documento está la nota técnica, el cual corresponde a los permisos que se deben de realizar antes de la exportación, este va a depender de la naturaleza y uso del producto.

Existen más requisitos documentales para exportar, sin embargo estos no son requisito, sino que son opcionales. Dentro de ellos se encuentran:

1. **Póliza de seguro:** cobertura contra daños físicos o pérdidas de los bienes durante el transporte de la mercancía.
2. **Carta de instrucciones al agente aduanal:** en dicho documento de entregan instrucciones claras al agente aduanero sobre cómo realizar el despacho de la mercancía.
3. **Carta de instrucciones al transportista:** se detallan aspectos a la empresa transportista incluyendo el régimen aduanero al que los productos van destinados, algún manejo especial y seguros.

4. **Certificados adicionales:** estos son certificados para comprobar que el producto cuenta con una calidad, cantidad, es orgánico, es biodegradable, etc.
5. **Lista de empaque:** detalla la apariencia física de la carga como cantidad de productos cantidad de cajas, peso, tamaño, etc.
6. **Certificado de origen:** este puede contar como requisito obligatorio de acuerdo con el país de destino, ya que en TLC o SGP se puede haber negociado que toda exportación debe de contar con dicho documento. En el caso de exportaciones hacia Singapur se debe de contar con un certificado de origen.

Dentro de las recomendaciones que realiza Procomer en su Guía Informativa sobre temas de Comercio Exterior (2016) se encuentra ingresar al Sistema Integrado de Logística (SIL) el cual es una página en donde tanto los exportadores como importadores se pueden poner en contacto con transportistas, pueden encontrar los requisitos necesarios, servicios de interés según el tipo de carga, entre otras muchas funciones. De igual manera recomiendan contar con un agente aduanero para el proceso de exportación.

A pesar de que para exportar se necesitan distintos tipos de documentos, este proceso no consta solamente en presentarlos y decir que ya podemos exportar. Contar con los requisitos de exportación es solamente el primer paso para lograr el objetivo de traspasar las fronteras con nuestro producto.

Incoterms.

Una forma para definir responsabilidades tanto del exportador como del comprador son los Incoterms. Antes de elegir un Incoterm hay que tener presente que estos no son leyes, no determinan propiedad de la mercancía y tampoco aplican a servicios. (Términos Internacionales de Comercio, Procomer, 2010) Para poder aplicar un Incoterms debemos de tener en consideración el tipo de mercancía que se pretende exportar, el medio de transporte y las obligaciones que tiene cada parte de la negociación. Adicional a esto, debemos de ser lo más preciso posible a la hora de especificar el puerto o lugar de entrega de la mercancía.

En la actualidad existen cuatro grupos de Incoterms, dentro de los cuales existen subcategorías los cuales están establecidos en el documento Términos Internacionales de Comercio publicado por Procomer en el 2010, estos se agrupan de la siguiente manera:

1. **E:** el vendedor coloca la mercancía a disposición del comprador en el local del vendedor.
2. **F:** el vendedor es el encargado de entregar la mercancía al medio de transporte de elección del comprador.
3. **C:** el vendedor elige el medio de transporte de su preferencia sin asumir la responsabilidad por riesgos de pérdida, daño de la mercancía o costos adicionales luego de realizada la carga y despacho.
4. **D:** el vendedor se hace responsable de todos los gastos y riesgos para exportar la mercancía al país destino.

En la siguiente figura, podemos apreciar de mejor manera los cuatro grupos y las subcategorías con las que cuenta cada grupo.

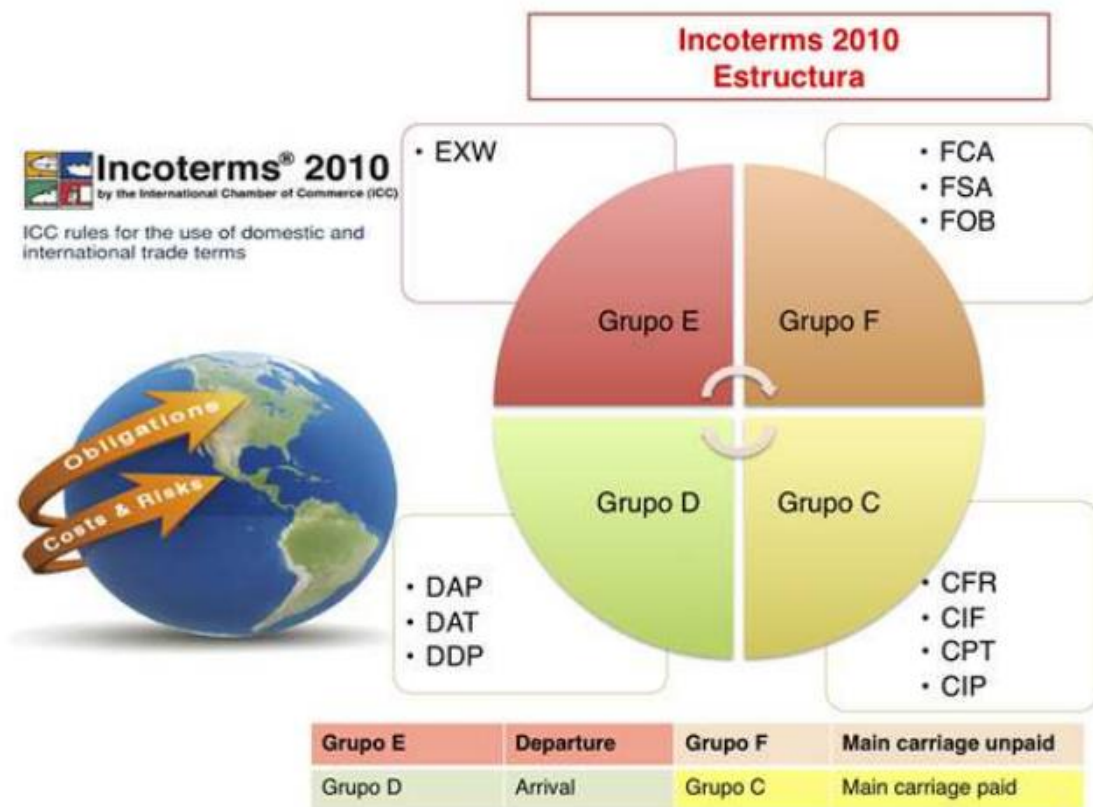


Figura 13: Estructura de los Incoterms

Fuente: PROCOMER (2010)

Impuestos a la exportación.

A la hora de hablar de impuestos de exportación debemos tomar en cuenta que en Costa Rica solamente lo que es banano, ganado en pie y café deben pagar dicho impuesto. El café debe de pagar el 1.5% del valor FOB de la exportación. Esto se basa en la Ley N° 2762, la cual nos habla de la relación que debe de existir entre los productores, beneficiarios y los exportadores de café.

La Ley N°2762, artículo 108 menciona:

El Instituto del Café de Costa Rica, para el cumplimiento de sus funciones, contará con los siguientes recursos:

- a) El producto de un impuesto hasta de un uno punto cinco por ciento (1.5%) del valor FOB del café que se exporte, por cada unidad de 46 kilogramos de café oro o su equivalente. De este monto, se destinará un uno por ciento (1%) al mantenimiento administrativo y a las investigaciones del Instituto del Café de Costa Rica; el porcentaje restante se utilizará, de manera exclusiva, para realizar actividades de promoción, diversificación y de desarrollo sostenible de la actividad cafetalera nacional. La Junta Directiva de este Instituto está facultada para decidir el destino que se les dará a los superávits que se produzcan. El exportador pagará este impuesto, el cual no podrá transferirse a los productores. A los exportadores que incumplan con la disposición anterior se les cancelará la licencia de exportador. (Así reformado este inciso por el artículo 2, inciso b), de la ley No.7551 del 22 de setiembre de 1995)
- b) Las sumas que llegare a establecer el Instituto, de conformidad con las facultades establecidas en esta Ley.
- c) Los intereses, dividendos y eventuales utilidades que pudiere obtener de sus inversiones y operaciones, y del cobro de las tasas por servicios prestados.
- d) Cualquier otro recurso que por ley se le asigne.

(Así reformado por el artículo 1° de la Ley N° 6988 de 26 de junio de 1985). (pág. 31)

Requisitos de ingreso en el país destino.

A la hora de ingresar al mercado del país de exportación es necesario cumplir con requisitos no arancelarios. Es importante recalcar que los requisitos varían según el producto, por consiguiente es necesario conocer la información previo al envío del producto al mercado. Estos requisitos se pueden dividir en dos grupos, los obligatorios y no obligatorios.

Dentro de los requisitos obligatorios tenemos las medidas no arancelarias que se dividen en 4 subgrupos siendo el primero alimentos, segundo alimentos de origen animal, tercero productos vegetales y cuarto otros. Cada uno de estos subgrupos debe contar con controles sanitarios y etiquetados que deben pasar por un proceso de aprobación de plantas procesadoras, estándares de calidad y sanidad vegetal.

Por otra parte todo producto alimenticio debe cumplir con controles sanitarios y etiquetado como se mencionó anteriormente para poder exportar al mercado destino. Dentro de los requisitos no obligatorios tenemos lo que son las certificaciones que vienen a ser certificaciones de seguridad ambiental, social, orgánica, relacionadas a la salud/bienestar. Además en este grupo se contemplan lo que son los estándares de calidad.

Pasos para la importación en Singapur.

De acuerdo con Singapore Customs (2018) hay que seguir 7 pasos para poder realizar una importación correcta en su país.

1. **Registrarse en UEN y activar la cuenta de aduana:** si una entidad desea participar en importaciones o exportaciones en Singapur o solicitar permisos y certificados para dichas actividades se debe de registrar en la ACRA (Accounting and Corporate Regulatory Authority) o en la UEN (Unique Entity Number). Además de esto deberán de activar su cuenta de aduanas.
2. **Verificar si los productos están controlados:** se debe de verificar si los bienes por importar están controlados o sujetos a restricciones por las Autoridades Competentes en Singapur. Esto se puede realizar por medio del código del Sistema Armonizado (HS) o el código de producto de CA. Si el producto está sujeto a algún control, el nombre de la CA se indicará junto al código HS.

3. **Solicitar el Giro Interbancario:** se debe de mantener un Giro Interbancario (IBG) con la Aduana de Singapur para realizar el pago de aranceles, impuestos, tarifas, penalidades, etc. Para esto se debe de enviar una solicitud al correo electrónico de Singapore Custom's que se indica en la solicitud.
4. **Proporcionar seguridad:** se exige proporcionar seguridad para las transacciones que impliquen mercancías imponibles, importación temporal de bienes y operación de locales con licencia. Esta garantía debe de ser en forma de Garantía Bancaria, Garantía de Compañía Financiera o Bono de Seguro.
5. **Solicitar el permiso de importación en aduanas:** se puede asignar un agente declarante para que solicite todo tipo de permisos de aduana bajo mi nombre o bien solicitar los permisos por su cuenta. Todas las solicitudes deben de enviarse mediante TradeNet a la cual se puede acceder mediante dos formas. La primera es mediante un proveedor de software aprobado (ver apéndice, TradeNet) o mediante el módulo front-end del gobierno (<https://www.tradexchange.gov.sg/tradexchange/login.portal>). Cada solicitud tiene un costo de \$2.88 aproximadamente, sin embargo este monto no incluye tarifas de servicio cobrados por los proveedores de servicios.
6. **Preparar documentos para despacho de carga:** se debe de garantizar la validez del permiso para reclamar mercancía. Para las importaciones de carga en contenedores, se debe de presentar el número de contenedor y del sello del agente al solicitar el permiso. Si el contenedor viene vía marítima no es obligatorio presentar una copia impresa del permiso de aduana y los documentos de respaldo a los oficiales de control en los puntos de entrada, pero si se pide presentar la factura comercial, la lista de empaque y el BL.
7. **Conservar documentos comerciales:** se pide conservar los documentos que justifiquen compras, importaciones, ventas o exportaciones de bienes durante un periodo de 5 años a partir de la fecha de aprobación de la solicitud de permiso. Estos se pueden conservar como copia física o imagen.

Medidas Sanitaria y fitosanitarias.

Para poder exportar el café se deben de cumplir con medidas de sanidad impuestas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). Cabe destacar que el Servicio Fitosanitario del Estado (2018) menciona que a la hora de ingresar al país destino se puede solicitar requisitos adicionales, por lo cual el exportador deberá de estar alerta de estos documentos. Uno de los requisitos que pueden pedir en el país elegido a exportar es la Declaración de ausencia de plagas la cual caduca cada tres meses. Para realizar la solicitud de esta declaración se debe ingresar al siguiente enlace: http://app.sfe.go.cr/ws_CertificacionEspecial/FrmIngresar.aspx , esta solicitud tarda 8 días hábiles y tiene un costo de 70.563 colones.

Con lo que respecta a exportaciones de café, solamente deben de cumplir con las medidas sanitarias y fitosanitarias lo que es el café verde, el café tostado no aplica.

En cuanto a los requisitos en Singapur, el encargado de velar que estos se cumplan es el AVA (Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore). Este solicita contar con una licencia de comerciante o estar registrado con ellos antes de importar alimentos a Singapur. Para solicitar esta licencia se debe de hacer por medio del sitio web <https://licence1.business.gov.sg/AVA/authentication/showLogin.action> en donde se solicita el registro para importar productos alimenticios procesados y electrodomésticos, este registro no tiene costo alguno y tiene una duración de un día hábil. Esta institución también pide una prueba documental de que el producto importado se produce bajo condiciones sanitarias en un establecimiento regulado, este documento puede ser un Certificado HACCP, Certificado GMP, Certificado de salud, Certificación de exportación o una Licencia de fábrica. Dicha documentación se puede enviar a través de TradeNet o al correo electrónico: ava_import&export_foodstuff@ava.gov.sg. Otras medidas son: asegurarse que los aditivos alimenticios y los ingredientes estén permitidos por el AVA, asegurarse de que las etiquetas sean precisas y completas.

El AVA pide de igual manera solicitar el permiso de importación para lo que son alimentos y productos alimenticios sin importar el transporte que se piense utilizar. De la misma manera debe de pagar una tarifa de importación de acuerdo al tipo de comida a importar, en el caso de café, entra como alimento procesado según clasificación del AVA y no aplica para pagar dicho impuesto. Sin embargo, debe de pasar por una inspección de

importación de alimentos, para la cual se debe reservar en el siguiente enlace <https://ifast.ava.gov.sg/eserviceweb/> .

Puertos marítimos de acceso en Singapur.

El Puerto de Singapur es el segundo más grande a nivel mundial. Cuenta con terminales portuarias situadas en Tanjong Pagar, Brani, Keppel, Pasir Panjang, Sembawang y Jurong. Sin embargo se están realizando ampliaciones para aumentar el número de zonas de atraque. Aproximadamente más de 120.000 buques cargueros llegan a sus muelles con cargamento general, contenedores, granel... Todo esto es gestionado por 2 súper operadores de terminales PSD Corporation y Jurong Port Pte. Este puerto es el más activo en relación con la cantidad de toneladas que llegan a sus muelles.

Tratado de Libre Comercio con Singapur.

Actualmente Costa Rica cuenta con un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Singapur el cual trae grandes beneficios para los exportadores como importadores. Según el Documento Explicativo publicado en 2010 por el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), existe la desgravación arancelaria, la cual consiste en que tanto Singapur como Costa Rica eliminarán los aranceles aduaneros conforme con las disposiciones contenidas en el Anexo 2.1. Dentro del anexo antes mencionado cabe destacar lo siguiente: “En el caso de Singapur, el 100% del universo arancelario tendrá libre comercio al momento de entrada en vigencia del Tratado, por lo que las exportaciones costarricenses no pagarán aranceles al entrar al territorio aduanero de Singapur.” (p.38)

En este documento también se menciona que no se podrán elevar ni introducir nuevos aranceles sobre las mercancías que comercien ambos países, siempre y cuando los productos sean originarios de los países firmantes.

A pesar de que en el TLC se menciona que Costa Rica elimina todo tipo de impuesto sobre las mercancías de exportación, existen excepciones en donde Costa Rica cobra los impuestos sobre las exportaciones de café, banano y carne.

En cuanto a las normas de origen respecta, se realiza una excepción a esta si se da un cambio de partida. Este cambio se da con base en la partida arancelaria, la cual para el

café es la partida 0901 para el café en general, la 09011 para café sin tostar y la 09012 para café tostado. Según el documento explicativo se hace una excepción a la regla de origen si hay un cambio de partida 0901 a 0902.

Partida	Descripción
0901	CAFE, INCLUSO TOSTADO O DESCAFEINADO; CASCARA Y CASCARILLA DE CAFE; SUCEDANEOS DEL CAFE QUE CONTENGAN CAFE EN CUALQUIER PROPORCION.
09011	- Café sin tostar:
090111	-- Sin descafeinar:
0901111000	--- Sin beneficiar (café cereza)
090111100010	---- Café certificado como "orgánico" C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090111100090	---- Los demás. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090111200000	--- Café pergamino. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
0901113000	--- Café oro
090111300010	---- Certificado como "orgánico" C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090111300090	---- Los demás. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090111900000	--- Otros. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090112000000	-- Descafeinado. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
09012	- Café tostado:
0901210000	-- Sin descafeinar
090121000010	--- En envase de vidrio o de lata. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090121000020	--- En grano certificado como "orgánico" C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090121000030	--- Molido y empacado Certificado como "orgánico" C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090121000090	--- Otros. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
090122000000	-- Descafeinado. C.A.= El intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios de importación. Decreto 28221-MEIC 17-11-99
0901900000	- Los demás
090190000010	-- Cáscara y cascarrilla de café.
090190000090	-- Los demás.

Figura 14: Partida arancelaria del café en Costa Rica

Fuente: Técnica Aduanera (2018)

Partida arancelaria en Singapur.

En Singapur existe el Sistema Armonizado para buscar bajo que partida arancelaria se encuentra el producto. Se debe tomar como referencia el código HS (partida arancelaria), el código del producto, la descripción del producto y la unidad por cantidad. A continuación se presenta la descripción del café de acuerdo con el Sistema Armonizado:

COFFEE & TEA				
77	09011110	ZBP0BAA0000	COFFEE, ARABICA WIB, NOT ROASTED	KGM
78	09011110	ZBP0BAB0000	COFFEE, ROBUSTA OIB, NOT ROASTED	KGM
79	09011190	ZBP0BAC0000	COFFEE, OTHER THAN ARABICA WIB AND ROBUSTA OIB, NOT ROASTED	KGM
80	09011210	ZBP0BAAPU00	COFFEE, ARABICA WIB, NOT ROASTED, DECAFFEINATED	KGM
81	09011210	ZBP0BABPU00	COFFEE, ROBUSTA OIB, NOT ROASTED, DECAFFEINATED	KGM
82	09011290	ZBP0BACPU00	COFFEE, OTHER THAN ARABICA WIB AND ROBUSTA OIB, NOT ROASTED, DECAFFEINATED	KGM
83	09012110	ZBP0BBL0000	COFFEE, KOPI LUWAK, ROASTED, UNGROUND	KGM
84	09012110	ZBP0BB00000	COFFEE, ROASTED, UNGROUND	KGM
85	09012120	ZBP0BBLPM00	COFFEE, KOPI LUWAK, ROASTED, GROUND	KGM
86	09012120	ZBP0BB0PM00	COFFEE, ROASTED, GROUND	KGM
87	09012210	ZBP0BBLPU00	COFFEE, KOPI LUWAK, ROASTED, DECAFFEINATED, UNGROUND	KGM
88	09012210	ZBP0BB0PU00	COFFEE, ROASTED, UNGROUND, DECAFFEINATED	KGM
89	09012220	ZBP0BBLR300	COFFEE, KOPI LUWAK, ROASTED, DECAFFEINATED, GROUND	KGM
90	09012220	ZBP0BB0R300	COFFEE, ROASTED, GROUND, DECAFFEINATED	KGM
91	09019010	ZBP0BHA0000	COFFEE, HUSKS AND SKINS	KGM
92	09019020	ZBP0BH00000	COFFEE SUBSTITUTE CONTAINING COFFEE IN ANY PROPORTION	KGM
93	09021010	ZBP0NAC0000	TEA, GREEN, LEAF, IN PACKINGS NOT OVER 3KG	KGM
94	09021090	ZBP0NAA0000	TEA, GREEN, DUST, IN PACKINGS NOT OVER 3KG	KGM
95	09022010	ZBP0NAD0000	TEA, GREEN, LEAF, IN PACKINGS OVER 3KG	KGM
96	09022090	ZBP0NAB0000	TEA, GREEN, DUST, IN PACKINGS OVER 3KG	KGM
97	09023010	ZBP0NBC0000	TEA, BLACK (RED TEA), LEAF, IN PACKINGS NOT OVER 3KG	KGM
98	09023090	ZBP0NBA0000	TEA, BLACK (RED TEA), DUST, IN PACKINGS NOT OVER 3KG	KGM
99	09024010	ZBP0NBD0000	TEA, BLACK (RED TEA), LEAF, IN PACKINGS OVER 3KG	KGM
100	09024090	ZBP0NBB0000	TEA, BLACK (RED TEA), DUST, IN PACKINGS OVER 3KG	KGM
101	21011110	ZBP0BE00000	COFFEE, INSTANT (POWDER)	KGM
102	21011110	ZBP0BE0PU00	COFFEE, INSTANT, DECAFFEINATED (POWDER)	KGM
103	21011190	ZBP0BG00000	COFFEE, EXTRACTS, ESSENCES AND CONCENTRATES	KGM
104	21011190	ZBP0BG0PU00	COFFEE, EXTRACTS, ESSENCES AND CONCENTRATES, DECAFFEINATED	KGM
105	21011290	ZBP0BF00000	COFFEE, 3-IN-1, 2-IN-1 (POWDER)	KGM
106	21011290	ZBP0BF0PU00	COFFEE, 3-IN-1, 2-IN-1, DECAFFEINATED (POWDER)	KGM
107	21012010	ZBP0NL00000	TEA, EXTRACTS, ESSENCES AND CONCENTRATES (POWDER)	KGM
108	21012010	ZBP0NL0PU00	TEA, EXTRACTS, ESSENCES AND CONCENTRATES, DECAFFEINATED (POWDER)	KGM
109	21012010	ZBP0NLA0000	TEA, GREEN, LONG JING	KGM

110	21012010	ZBP0NE00000	TEA, INSTANT (POWDER)	KGM
111	21012010	ZBP0NE0PU00	TEA, INSTANT, DECAFFEINATED (POWDER)	KGM
112	21012010	ZBP0NF00000	TEA, INSTANT, WITH FOOD INGREDIENTS EG. DATES, LONGAN (POWDER)	KGM
113	21012010	ZBP0NF0PU00	TEA, INSTANT, WITH FOOD INGREDIENTS EG. DATES, LONGAN, DECAFFEINATED (POWDER)	KGM
114	21013000	ZBP0BJBP100	COFFEE SUBSTITUTE, BARLEY, ROASTED	KGM
115	21013000	ZBP0BJCP100	COFFEE SUBSTITUTE, CAROB BEANS, ROASTED	KGM
116	21013000	ZBP0BJAP100	COFFEE SUBSTITUTE, CHICORY, ROASTED	KGM
117	21069030	ZBP0EAC0000	NON DAIRY CREAMER (LIQUID)	KGM
118	21069030	ZBP0EBC0000	NON DAIRY CREAMER (POWDER)	KGM
119	22029030	ZBP0BC00000	COFFEE, READY-TO-DRINK INCLUDING 3-IN-1, 2-IN-1 (LIQUID)	LTR
120	22029030	ZBP0BC0PU00	COFFEE, READY-TO-DRINK, INCLUDING 3-IN-1, 2-IN-1, DECAFFEINATED (LIQUID)	LTR

Figura 15: Partida arancelaria del café en Singapur

Fuente: Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore (2017)

Impuestos de importación en Singapur.

Toda aquella mercancía que se importe a Singapur está sujeta a pagar aranceles o al Impuesto de Bienes y Servicios (GST). Según menciona PROCOMER en su documento Singapur (2009) este país impone un arancel general de 7% (GST) sobre las productos importados y este se calcula sobre la base CIF, a esto se le suma los demás impuestos que deba de pagar el producto en específico.

Etiqueta.

Para poder vender un producto en Singapur se debe de contar con ciertas características en la etiqueta. El AVA en su documento Food Regulations (2018) especifica cuáles son estas características.

En este se menciona que todo empaque de comida pre empacada debe de contener la etiqueta en inglés, letra legible y en una posición destacada. La etiqueta debe de poseer el nombre común o descripción suficiente para indicar la naturaleza de la comida, cada ingrediente que contiene el producto en caso de contener dos o más ingredientes.

Estos ingredientes deben de ir en orden descendiente de acuerdo con la proporción en peso que contiene el ingrediente. Se debe de especificar la cantidad neta de la comida de la siguiente manera: para líquidos por volumen, para sólidos por peso y para semisólidos se puede utilizar tanto el peso como volumen.

El nombre y dirección de la empresa productora o empacadora así como el nombre y dirección del importador o distribuidor deben de igual manera aparecer en la etiqueta. El nombre del país de origen debe ser incluido. Otra característica que debe de incluir es el nombre de los ingredientes que causen hipersensibilidad tales como: cereales que contengan gluten, mariscos, huevos o productos con huevo, pescado y productos con pescado, maní, soya y productos que contengan estos ingredientes, leche y productos lácteos, nueces y sulfitos. Se debe de mencionar si el producto contiene aspartamo o fenilcetonuricos o cualquier otro producto que tenga los mismos efectos. Si el producto contiene agua, se menciona que no es necesario poner dicho ingrediente en la etiqueta.

Otra etiqueta que debe de contener el producto es la de información nutricional, la cual debe incluir la cantidad de calorías, sal, sodio o potasio, amino ácidos, carbohidratos, colesterol, grasas, ácidos grasos, fibra, proteína, azúcares, vitaminas o minerales y cualquier otro nutriente. Además de esto debe de contener la fecha de expiración, vendido por y usado por seguido del día, mes y año.

En el caso del café se debe de especificar el porcentaje de café que contiene el producto de la siguiente manera: Containing not less than (per cent of coffee).

Cadenas de distribución.

En Singapur los canales de distribución y venta son simples, directos y abiertos a la participación de firmas extranjeras ya establecidas en este país. Los bienes de consumo son generalmente importados por distribuidores de inventario para luego revender a minoristas. Algunos bienes se importan directamente para la venta, pero esta venta se realiza en los puntos de venta al por menos del importador.

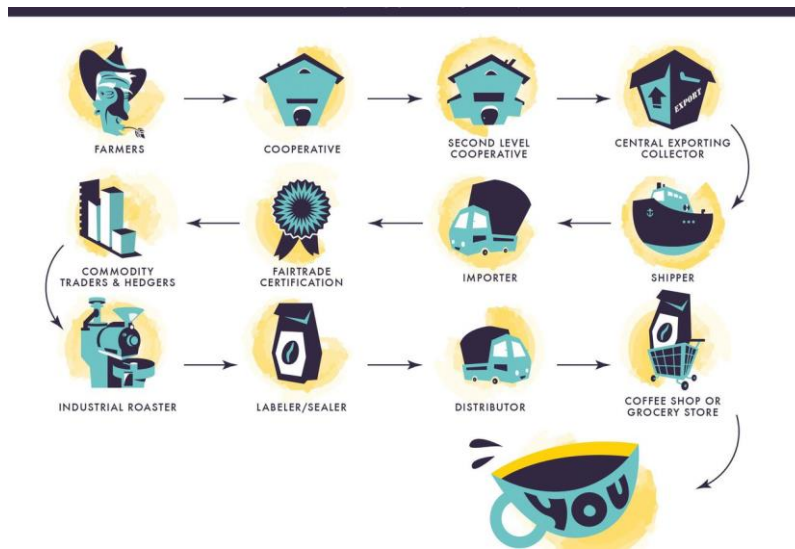


Figura 16: Cadena de distribución del café

Fuente: FORBES (2014)

Precio del café en el mercado.

Uno de los aspectos más importantes a la hora de exportar un producto es saber en cuanto está valorado mi producto en el nuevo mercado de destino. Según datos proporcionados por Díaz (2018), el precio del café a nivel global va en aumento año tras año.

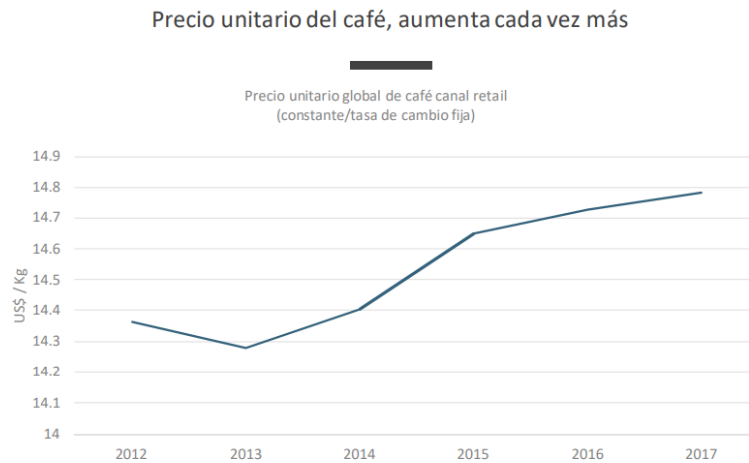


Figura 17: Precio unitario global del café

Fuente: EuroMonitor International (2018)

En el caso de Singapur según Café Bond (2018) una bolsa de café entero de 200 gramos importado de Costa Rica puede costar aproximadamente 21.50 SGD (dólar singapurense), lo cual equivale a \$15.77 (dólar americano).

Costo de exportación.

Otro aspecto sumamente importante es el costo de la exportación. Este precio es influenciado por variantes que van a influir directamente tal como lo son: el tipo de transporte, tipo de contenedor, peso de la mercancía, destino final y fecha.

En caso de utilizar transporte marítimo debemos seleccionar de cuál de los puertos de Costa Rica deseamos salir, de igual forma debemos elegir el tipo de contenedor que se adapte de mejor forma para exportar café. Si se decide utilizar este tipo de transporte el tiempo de tránsito es de unos 42 días aproximadamente.

A continuación se presenta una cotización realizada por Oceánica Internacional por medio de transporte marítimo y un contenedor Dry Van.

FECHA ENTREGA:	7/22/2018						TARIFAS VENTA D					
A PARTIR DEL:	15 DE JULIO			15 DE JULIO			15 DE JULIO			15 DE JULIO		
VÁLIDO HASTA:	31 DE JULIO			31 DE JULIO			31 DE JULIO			22 DE JULIO		
	APL			APL			APL			MAERSK		
	ARRIBO: <u>LIMON</u>						ARRIBO: <u>CALDERA</u>					
Singapore, Singapore	-	3615	38	-	3430	35	-	3925	42			
NOTAS IMPORTANTES :	20 Pies max 21 TON			20 Pies max 21 TON			No cobra Sobrepeso					
	REDESTINO			REDESTINO			REDESTINO					
	\$55			\$55			\$100					
	ANTICIPADO			ANTICIPADO			ANTICIPADO					
	\$115			\$115			\$100					
	CHASIS DE 3 EJES			CHASIS DE 3 EJES			CHASIS DE 3 EJES					
	\$150			\$150			\$150					
	Destino Final: Puerto			Destino Final: Puerto			Destino Final: Puerto					
	Rebaja: \$350			Rebaja: \$350			Rebaja: \$350					
	Recargo Sobrepeso 20s			Recargo Sobrepeso 20s			Recargo Sobrepeso 20s					
	De 21 a 24 tons \$250			De 21 a 24 tons \$250			De 21 a 24 tons \$250					
	Mas de 24 \$500			Mas de 24 \$500			Mas de 24 \$500					

Figura 18: Precio de exportación a Singapur

Fuente: Oceánica Internacional (2018)

K	L	M	N	O	P	Q	R	S
DESTINO FINAL SAN JOSÉ								
15 DE JULIO 21 DE JULIO HAPAG			15 DE JULIO 22 DE JULIO EVERGREEN			15 DE JULIO 22 DE JULIO MSC		
ARRIBO: <u>CALDERA</u>			ARRIBO: <u>CALDERA</u>			ARRIBO: <u>CALDERA</u>		
-	3155	50	-	3260	38	-	3505	62
No cobra Sobrepeso			20 Pies max 16 TON			20 Pies max 21.5 TON		
REDESTINO			REDESTINO			REDESTINO		
\$55			\$55			\$60		
ANTICIPADO			ANTICIPADO			ANTICIPADO		
\$120			\$100			\$115		
CHASIS DE 3 EJES			CHASIS DE 3 EJES			CHASIS DE 3 EJES		
\$150			\$200			\$200		
Destino Final: Puerto			Destino Final: Puerto			Destino Final: Puerto		
Rebaja: \$350			No se rebaja Inland			Rebaja: \$350		
			Recargo Sobrepeso 20s					
			De 16 a 20 tons \$200					
			De 20 a 24 tons \$400					

Figura 19: Precio de exportación a Singapur

Fuente: Oceánica Internacional (2018)

15 DE JULIO 22 DE JULIO COSCO	09 DE JULIO 31 DE JULIO ZIM
ARRIBO: CALDERA	ARRIBO: LIMON
- 3360	- 3400 48
20 Pies max 18 TON	No cobra Sobrepeso
REDESTINO	REDESTINO
\$55	\$55
ANTICIPADO	ANTICIPADO
\$100	\$100
CHASIS DE 3 EJES	CHASIS DE 3 EJES
\$160	\$150
Destino Final: Puerto	Destino Final: Puerto
Rebaja: \$350	No se rebaja Inland
Recargo Sobrepeso 20s	
De 18 a 21,9 tons \$200	
Mas de 22 \$400	

Figura 20: Precio de exportación a Singapur

Fuente: Oceánica Internacional (2018)

Objetivo 3: Considerar las tendencias de consumo de café en Singapur.

El consumo del café aumenta cada vez más en los países asiáticos cuyo consumo de bebidas calientes siempre ha estado dominado por el consumo de té.

Singapur no es la excepción, este incremento se debe al aumento de la influencia de la cultura occidental que ha llevado la creciente llegada de empresas globales y ha penetrado poco a poco la cultura asiática que se ha urbanizado a través de los últimos años.

Gustos.

El Huffingtonpost (2017) dice que “En Singapur gusta mucho el *kopi*, un café oscuro y fuerte, pero menos amargo que la variante de Vietnam. Beben hasta seis tazas al día y les gusta hecho con granos recién tostados, caliente y con un poco de leche condensada.” (prf. 7, Así se toma el café en los países más sanos del mundo)



Figura 21: Formas más tradicionales de tomar café en Singapur

Fuente: Singapore Coffee Association (2018)

Aunque el Kopi es la forma tradicional de consumir este producto ahora se puede ver una clara diferencia en las preferencias de los jóvenes y los adultos singapurenses.

El cambio generacional se demuestra que las generaciones más viejas están más acostumbradas al café local, aquel de los establecimientos de servicio de alimentos y aquellos productos instantáneos de café; mientras las nuevas generaciones como los millennials prefieren café más exótico, y bebidas frías. (Coffee in Singapore, 2018)

Este gusto por las bebidas frías y café exótico, más el aumento de los ingresos de los jóvenes ha popularizado las grandes cadenas de café como Starbucks y ha favorecido la creciente apertura de cafeterías alrededor de las principales ciudades de Singapur, lugares donde puedan compartir con amigos mientras consumen café en diferentes formas la mayoría de las veces acompañado de algún alimento, estas cafeterías o coffee shops se adaptan al estilo de vida acelerado de las nuevas generaciones, con un servicio más ágil, ambientes tranquilos para poder entablar una conversación, o aquellas que cuentan con un ambiente inspirado en algún dibujo animado, siempre ubicados cerca de los puntos de mayor afluencia de personas como lo son empresas y centros educativos, esto con el fin de estar más cerca del cliente potencial.

Tendencias.

Las tendencias de consumo de los singapurenses no distan mucho de las tendencias globales, ya que se vive en un mundo con gran influencia de las redes sociales, en las cuales la mayoría de las veces publican sus rutinas y gustos o preferencias de consumo.

1. Al tener un nivel de poder adquisitivo mayor a varias regiones no solo del continente al que pertenecen sino a nivel mundial, se ve una clara preferencia a todos aquellos productos que den cierta exclusividad y tengan un valor agregado que los diferencie del resto, también que demuestre que tanto su proceso como el producto en sí sea lo más natural y sostenible posible, esto le da confianza en el producto a los consumidores.
2. Aparte de productos orgánicos, la responsabilidad social y medioambiental es importante para el consumidor singapurenses cuya cultura cuenta con normas y disposiciones claras para preservar el medioambiente, debido a los altos niveles de contaminación que presenta Singapur.
3. Cuando consumen café buscan que este no sea solo una bebida cualquiera, sino toda una experiencia que active todos sus sentidos con texturas y sabores exóticos, diferentes a todos aquellos que han probado antes, quieren conocer no solo la procedencia de este producto sino la historia y proceso que tuvo antes de llegar a su mesa; la cultura del país que lo produjo y la realidad de aquellos que hicieron posible la producción y comercialización de este.
4. El aumento en el consumo de café ha llevado a que los singapurenses adquieran las máquinas de café y trituradoras para poder disfrutar de este producto en la comodidad de sus casas, así como aquellas cafeteras que utilizan capsulas de café.
5. El E-commerce ha sido gran aliado de los coffee shops y tostadores, quienes venden por medio de sus páginas los diferentes productos de café, esto se inició debido a las rutinas tan aceleradas y el poco tiempo con el que cuentan ciertas personas y que no les permite adquirir los productos en la tienda física.

Un ejemplo que abarca la mayoría si no la totalidad de los puntos anteriores es la cafetería Nylon Coffee Roasters, esta cafetería es una de las más populares de Singapur y cuenta con tienda física y virtual. Una de las características más relevantes de Nylon es su contacto y comercialización directa con los productores, cada uno de los sectores y

variedades de café que compran son llevados como café verde hasta Singapur donde ellos mismos hacen el proceso de tueste casi al momento en que el consumidor lo pide, cuentan con productos de África, Colombia, Nicaragua, Guatemala, entre otros, y aportan parte de sus ganancias a realizar obras benéficas en los países y comunidades de donde proviene el café que comercializan. Siguen la cultura eco amigable, por lo cual promueven el uso de pajillas de metal, tazas reutilizables y disminución del uso de plástico tanto en envases como en bolsas.

Objetivo 4: Identificar la percepción de Costa Rica como país en el mercado de Singapur.

Una de las mejores formas para conocer la percepción del producto y como este va hacer degustado en el mercado extranjero, es conociendo que piensan los consumidores del país de origen del producto, en este caso Costa Rica. Si bien es cierto Costa Rica es conocido por su gran biodiversidad a nivel mundial, existe mucho más que solo esta cualidad para caracterizar a este país.

El diario El Financiero en su crónica Costa Rica: Un país asiático (2013) menciona como los países asiáticos están interesados en nuestro país debido a la gran trayectoria con la que cuenta dicho país en distintas áreas. Además, se menciona en el artículo que Costa Rica cuenta con un gran potencial humano con estabilidad y buen clima de negocios atrayendo una gran inversión a este país en relación con su posición estratégica en el continente Americano.

La perspectiva de Costa Rica en Singapur sobre temas de café es muy buena, al igual que en el resto de países donde se vende café costarricense. De acuerdo con Café Bond en su artículo Costa Rica – It’s all about the process (2018) nuestro país es conocido por los grandes métodos de procesamiento de café, ya que este es limpio y brillante. Otro aspecto que destacan es como se procesa la miel y la variedad de sabores que esta puede obtener. Comentan que los café de mejor calidad son aquellos que cuentan con bastante dulce ya que complementa la acidez natural.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El mercado de bienes y servicios de Singapur indica una tendencia al crecimiento, esto gracias al progresivo interés que demuestra el amplio portafolio de empresas que buscan invertir y crear sedes en sus ciudades, esto es gracias a ser reconocidos como la economía más avanzada que existe en el sudeste asiático con un nivel alto de desarrollo en el sector de servicios, su legislación en pro del libre comercio y su gran papel en la reexportación de productos que se facilita al tener una infraestructura portuaria reconocida por ser una de las más grandes y desarrolladas del mundo.

Tanta apertura en el ámbito comercial se debe a que su sector primario es muy poco, ya que no cuenta con territorio suficiente para poder explotarlo y potencializarlo. Esto es una gran oportunidad para aquellos países cuya economía se apoya en cierta parte en la producción y comercialización de materias primas y sus derivados en su mayoría para consumo final; es ahí donde Costa Rica además de las facilidades del tratado comercial, encuentra una ventana para aumentar su participación en la economía de este león asiático.

A continuación, se presentan las conclusiones obtenidas después del proceso de recolección, análisis y estudio de la información adquirida durante el desarrollo de esta investigación, así como las recomendaciones necesarias para entrar al mercado singapurense con un café de calidad como lo es el costarricense.

Objetivo 1: Examinar las importaciones de café verde y tostado en Singapur en los últimos 3 años.

Conclusiones.

1. Tabla 3. Importaciones totales a nivel mundial de café verde en Singapur.

Toneladas

2015	2016	2017
12.340	10.566	9.791

Fuente: Elaboración propia (2018)

Del 2015 al 2016 se ve una disminución del café verde importado de 1.774 toneladas de café, así mismo del 2016 al 2017 se disminuyeron las importaciones totales de café a Singapur en 775 toneladas, lo que daría como resultado que de 2015 a 2017 el mundo exportó hacia Singapur 2549 toneladas menos.

2. Para el 2015 el valor total de café verde importado por Singapur fue de \$42.017.000 dólares mundiales. Indonesia llegó a obtener un valor total de importación de \$30.571.000 dólares representando el 72% del valor de las importaciones de café totales para ese año en Singapur, seguido por Brasil con un 5% y Colombia con 4,4%. Guatemala, Honduras y Costa Rica son los países centroamericanos que más café verde exportaron en el 2015 a Singapur con un valor importado de \$509.000, \$178.000 y \$275.000, representando 1,2%; 0,43% y 0,65% respectivamente.
3. Guatemala para el año 2015 exportó un total de \$509.000 dólares que representa un 1,2% del valor importado hacia Singapur, igualmente Honduras contó con \$178.000 dólares en exportaciones equivalente a un 0,43%, mientras que Costa Rica exportó más que Honduras, ya que su total de exportaciones fue de \$275.000 dólares que representa el 0,65%, siendo estos los tres países centroamericanos con mayor volumen de exportaciones.
4. Se observa una disminución de la cantidad y valor de las importaciones globales del año 2015 al 2016, pasando de \$42.017.000 dólares a \$28.031.000 dólares. La importación total de café se disminuyó aproximadamente un 44% con respecto al año anterior, importando 1.774 toneladas de café verde menos.
5. Para el 2017 la cantidad de café verde importado total disminuye 775 toneladas, mientras el valor total importado aumenta \$2.202.000 lo que demuestra un aumento en el precio internacional del café.
6. Brasil e Indonesia son los mayores exportadores en cantidad y valor de importación, mostrando un aumento en la importación de Indonesia con respecto al año anterior, mientras Brasil disminuye la cantidad importada 404 toneladas. En cuanto a cantidad importada Malasia sobrepasa a Colombia importando 19 toneladas más que el país sudamericano, sin embargo Colombia en términos de valor importado supera a Malasia con 2.104.000 dólares a 1.318.000 dólares del país asiático.

7. Guatemala y Honduras han aumentan el valor importado a 172 y 97 toneladas cada uno, mientras Costa Rica disminuye de 116 a 61 toneladas la cantidad exportada a Singapur. La representación Guatemala, Honduras y Costa Rica en el valor total importado fue de 2,44%; 1,1% y 1% respectivamente.
8. Indonesia es el mayor exportador de café hacia Singapur, gracias a su cercanía geográfica, las similitudes culturales como el gusto por el café aromático. Así mismo Singapur al igual que muchas naciones asiáticas dan prioridad a los productos de origen asiático por lo que cuenta con una ventaja frente a su competencia.
9. Estados Unidos, Malasia y Suiza son los mayores proveedores de café tostado hacia Singapur para los 3 años analizados. Estados Unidos y Suiza se caracterizan por importar más café del que producen por lo cual el café tostado que llega a Singapur ha pasado en su mayoría por un proceso de reexportación.
10. A través de los 3 años (2015, 2016 y 2017) se da un aumento del valor importado de café tostado 22% del 2015 al 2016 y de aproximadamente 12% del 2016 al 2017. Así mismo la cantidad importada los 3 años aumento, pasando de 2569 toneladas en el 2015 a 3640 toneladas para el 2017.
11. El café importado desde Estados Unidos representa el 37% del valor importado total para el 2015; el 30% para 2016 y 37% para el 2017. Malasia tiene una representación de 16% para 2015, 26% para 2016 y 19% para 2017; en cuanto a Suiza la representación fue de 18%, 21% y 18% para estos años.
12. Los países centroamericanos no se encuentran dentro de los primeros puestos de exportación de café tostado hacia Singapur. Para 2015 Guatemala fue el único país centroamericano que exportó con \$5.000, ya para el 2016 Costa Rica empieza a exportar y el valor importado es de \$6.000, mientras que Guatemala disminuye a solo \$1.000. EN el 2017 ya se reflejan importaciones de El Salvador con \$12.000, Costa Rica y Guatemala \$2.000 y Honduras de \$1.000 como valor importado.
13. Dentro de los primeros 15 exportadores de café hacia Singapur se encuentran solo 2 países del continente americano, Estados Unidos y Brasil, este último se encuentra en el puesto 15. Solo 5 países de Asia están dentro de los mayores exportadores de café tostado a Singapur y 8 los países europeos en su mayoría no son grandes productores ni exportadores de café.

Recomendaciones.

1. Se propone realizar un estudio que analice y detalle las ventajas competitivas que presenta cada uno de los países que figura como mayores exportadores de café verde a Singapur en los años estudiados, teniendo en cuenta factores como distancia cultural y geográfica, precio de negociación, calidad del café, características de la cadena de logística y distribución logística, mercadotecnia y reconocimiento de cada país en el comercio singapurense.
2. Realizar una misión de investigación por parte de ICAFE a conocer directamente el mercado de café en Singapur, con el fin de conocer de primera mano a los importadores y compradores de café verde en el país con los cuales se pueda negociar la introducción de café costarricense a Singapur. Algunos de los importadores, mayoristas, minoristas y tostadoras son:
 - Bero Coffee Singapore. Página: www.berocoffee.com.sg
Correo: fadhly@berocoffee.com.sg / emily@berocoffee.com.sg
Dirección: 27 Cantonment Road, Singapore 089745. Singapore.
 - Louis Dreyfus Company. Página: www ldc.com
Correo: michael.czerny@ldcommodities.com
Dirección: Marina Bay Financial Centre, 12 Marina Boulevard. Singapore 018982, Singapore.
 - ECOM Agroindustrial Asia PTE LTD. Página: www.ecomtrading.com
Correo: cliow@ecomtrading.com / ewong@ecomtrading.com
Dirección: 79 Anson road # 09-01/02, Singapore 079906. Singapore.
 - Boncafé: Página: www.boncafe.com
Correo: Christian.huber@boncafe.com / jillian.kwang@boncafe.com
Dirección: 208 Pandan Loop, Singapore 128401. Singapore.
 - Nylon Coffee. Página: nyloncoffee.sg
Correo: hello@nyloncoffee.sg
Dirección: 4 Everton Park #01- 40, Singapore 080004, Singapore.
 - Tiong Hoe Speciality Coffee. Página: www.tionghoe.com
Dirección: 170 Sterling road # 01-1133, Singapore 14017. Singapore

- Common Man Coffee Roasters. Página:
www.commonmancoffeeroasters.com
correo: wholesale@cmcroasters.com
Dirección: 1 Senoko Ave #05-07, Singapore 758297. Singapore.

3. Para poder estudiar más el mercado singapurense y la cadena logística que se utiliza allí, se recomienda hacer un estudio del éxito de Indonesia en la exportación de café verde hacia Singapur, tomando como escenarios la importación de café directamente desde Costa Rica o utilizando a Indonesia como puente de fácil negociación y comercialización de café con Singapur debido al éxito en la negociación de café que han obtenido.

Objetivo 2: Identificar los requerimientos arancelarios y no arancelarios de importación de Café.

Conclusiones.

Son necesarios diferentes detalles para llevar a cabo la exportación de un producto a otro mercado. Además es necesario tomar en cuenta que existen documentos obligatorios a la hora de exportar, sin embargo, también existen los no obligatorios que pueden ser solicitados dependiendo del país al que se exporte.

Son necesarios diferentes detalles para llevar a cabo la exportación de un producto a otro mercado. Además, es necesario tomar en cuenta que existen documentos obligatorios a la hora de exportar, sin embargo, también existen los no obligatorios que pueden ser solicitados dependiendo del país al que se exporte.

Existe una serie de requisitos que cualquier exportador de café debe de cumplir. El primero de estos y el de mayor importancia es contar con el registro oficial de exportador emitido por Procomer e ICAFE, ya que este reconocimiento es clave para lograr colocar productos fuera de las fronteras de Costa Rica. De igual manera, debe presentar documentación válida requerida para la exportación, la cual llega a variar de acuerdo con el tipo de transporte que se elija para trasladar la mercadería.

Costa Rica cuenta con un Tratado de Libre Comercio con Singapur donde se menciona la Ley N° 2762, que menciona que existe un impuesto sobre el café de un 1.5% del valor FOB a la hora de que el producto salga de la frontera costarricense; pero a la hora de entrada de dicho producto en Singapur no se le cobran aranceles, sin embargo sí requiere requisitos específicos para lograr un ingreso exitoso.

En este país, la distribución de los bienes importados es sencilla, ya que las cadenas de distribución son directas y abiertas. La mayoría del tiempo los distribuidores de inventario son los encargados de importar productos para posteriormente venderlos a minoristas, también se puede vender el producto directamente pero dicha venta se realiza al por menor. Respecto al precio de venta, este llega a variar de acuerdo con el tipo de café que se esté comercializando, ya que gracias al análisis realizado se observó que una bolsa de café entero cuesta más de \$15, precio que al año siguiente puede aumentar debido al alza año tras año en el precio del café y de su consumo.

Seguidamente se presenta una serie de tablas con información necesaria para todo exportador; siendo estos los requerimientos arancelarios y no arancelarios para la exportación.

Tabla 3. Requerimientos Arancelarios de exportación en Costa Rica

Requisitos	Obligatorio	No Obligatorio
Registro como exportador ante PROCOMER	X	
Factura comercial	X	
Manifiesto de carga	X	
Conocimiento de embarque (Bill of Lading)	X	
Declaración única aduanera (DUA) de exportación	X	
Permisos de exportación	X	
Póliza de seguro		X
Carta de instrucciones al agente aduanal		X
Carta de instrucciones al transportista		X
Certificados adicionales (calidad o cantidad, entre otros...)		X
Lista de empaque		X
Certificado de origen		X

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 4. Requerimientos No Arancelarios de Exportación en Costa Rica

Requisitos	Obligatorio	No Obligatorio
Controles sanitarios	X	
Etiquetado	X	
Aprobación de plantas procesadoras	X	
Estándares de calidad	X	
Sanidad vegetal	X	
Certificaciones de seguridad (HACCP, Global G.A.P, BCR)		X
Certificaciones ambientales		X
Certificaciones sociales		X
Certificaciones relacionadas con salud/bienestar		X

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 5. Requerimientos para la importación en Singapur

Requisitos	Obligatorio	No Obligatorio
Registrarse en Unique Entity Number	X	
Activar cuenta de aduanas	X	
Verificar si el producto está sujeto a restricciones o es controlado	X	
Proporcionar una garantía de seguridad		X
Solicitar permiso de importación	X	
Factura comercial	X	
Lista de empaque	X	
Conocimiento de embarque (Bill of lading, carta porte o Guía Aérea)	X	
Licencia de comerciante	X	
Registro ante AVA	X	

Certificado de salud	X	
Etiquetado	X	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Recomendaciones.

1. Es fundamental conocer las instituciones a las que se debe acudir para realizar todos los trámites para la exportación del café Costarricense:
 - ✓ PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)
 - ✓ Ministerio de Hacienda
 - ✓ COMEX (Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica)
 - ✓ ICAFE (Instituto del Café de Costa Rica)
 - ✓ MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería)
 - ✓ Técnica Aduanera
 - ✓ Servicio Fitosanitario del Estado

2. Es indispensable tener conocimiento de que a la hora de llegar a Singapur con el producto se debe de visitar la Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore (AVA) y el Unique Entity Number (UEN) quienes son los indicados en recibir los documentos y verificar el cumplimiento de lo solicitado para aceptar el importe a dicho país. Siendo los pasos por seguir los siguientes:
 - ✓ Registrarse en Unique Entity Number (UEN) y activar la cuenta de aduana.
 - ✓ Verificar si los productos son contralados o poseen alguna restricción por alguna medida fitosanitaria impuesta por Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore (AVA).
 - ✓ Solicitar el Giro Interbancario a la Aduana de Singapur por medio de correo electrónico.
 - ✓ Proporcionar seguridad mediante una Garantía Bancaria, garantía de Compañía Financiera o Bono de seguro.
 - ✓ Solicitar el permiso de importación en aduanas mediante TradeNet.
 - ✓ Presentar factura comercial, lista de empaque y documento de transporte (Bill of lading, Carta de Porte o Guía Aérea).

- ✓ Conservar documentos comerciales tales como la factura comercial, Bill of lading, etc.
- 3. Contar con una carpeta digital que contenga los documentos necesarios para realizar una importación en Singapur, así como los requisitos actualizados que se piden en dicho país.
- 4. Brindar una charla sobre el proceso de exportación a Singapur, datos culturales, tendencias de consumo en café y atractivos del mercado sobre dicho país.

Objetivo 3: Analizar las tendencias de consumo de café en Singapur.

Conclusiones.

1. La occidentalización de la cultura singapurense ha causado un aumento en el consumo de café por parte de los jóvenes adultos, que representan la población trabajadora de Singapur y quienes cuentan con mayor poder adquisitivo que va en aumento, por lo cual buscan productos con una calidad superior como el café especializado.
2. El consumo del café en Singapur se divide en dos, el primero en el cual se engloba a todas las personas mayores de 40 años quienes prefieren el té y el café que es más aromático, este es el café que por tradición se toma no solo en Singapur sino en toda Asia y llega a ser el más barato. Y los jóvenes-adultos, esta población se decanta por sabores más cítricos y fuertes que son comunes en la cultura occidental.
3. Los consumidores están cada vez más comprometidos con el medio ambiente y la sociedad, esto se ha incrementado gracias a las políticas de protección medio ambiental con las que cuenta Singapur, debido a la alta contaminación que presenta el país.
- 3.4. Es por esto que buscan productos que al momento de su producción demuestren prácticas amigables con el medio ambiente, bajos niveles de contaminación de la tierra donde es producido, así como disminución en las emisiones de dióxido y prácticas que cuidan de los recursos hídricos, así mismo la responsabilidad social, certificaciones como fair trade de comercio justo y el conocimiento de cómo esto beneficia a los productores hacen más atractivos e incrementan las probabilidades de negociación y comercialización.

4.5. Aumento de cafeterías de especialidad y temáticas ubicados en los sitios con mayor afluencia de personas como alrededores de universidades, empresas y centros comerciales, como consecuencia de la necesidad de los singapurenses de tener un desarrollo de su vida cotidiana un poco más social y pública. Estas cafeterías en su mayoría cuentan con tostadoras de café por lo cual pueden presentar al público un producto más fresco y personalizado.

5.6. La experiencia que pueda obtener al momento de consumir café está por encima del precio para el público singapurenses, la sensación y sabor que puedan obtener al momento de comprar y consumir un producto de café tiene más valor para los habitantes de Singapur que el precio de este.

7. Para ellos la experiencia no se centra solamente en el producto final, sino en todo el proceso que este tiene antes de llegar a su mesa, esto va desde el cultivo, recolección, tueste, etc.

6.8. Por esto siempre buscan conocer el origen del producto, su historia y cuál es la cultura de su lugar de producción, cafeterías como Nylon Coffee cuentan con reseñas de los países y poblaciones en los cuales se produce el café que ellos comercializan.

Recomendaciones.

1. Crear una estrategia de marketing donde se busque cambiar la percepción cultural de cómo se está consumiendo el café tanto en las generaciones viejas como las nuevas, de forma que sea reconocido el modelo de micro beneficios desarrollado en Costa Rica, por medio de un cambio de costumbres.
2. Realizar el ingreso por medio de una estrategia de alto precio que diferencie el café costarricense del café de países que son competencia como Colombia, por el valor de sobre precio que tiene el saco con el fin de adquirir mayor participación en el mercado de Singapur.
3. Diversificación de la producción de café para la comercialización de café tostado en Singapur, que este contenga tanto características aromáticas y más afrutadas como cítricas y sea más fuerte para poder llegar a toda la población.
4. Crear un posicionamiento de Indicación de origen hacia el consumo local, utilizando el tipo medio On The Line (OTL), aprovechando la utilización masiva de redes sociales e internet por parte de los habitantes de Singapur.

5. Negociar con cafeterías y tostadoras que compren directamente a los beneficios, con el fin de crear una relación comercial mayor, que beneficie a los productores y aumente el consumo de café costarricense y este sea cada vez más reconocido en el país asiático.
6. Incentivar en beneficios y fincas productoras que estén interesadas en exportar a Singapur para que cuenten con certificados como Fair Trade, ISO 14000, diferenciándose de otros países y fincas productoras por la responsabilidad y conciencia ambiental.
7. Crear campañas publicitarias y actividades creadas por ICAFE con la ayuda de la Embajada de Costa Rica en Singapur que den a conocer el café costarricense, con participación de marcas de café, cooperativas cafeteras y beneficios, demostrando las ventajas que tiene el café de Costa Rica.

Objetivo 4: Identificar la percepción de Costa Rica como país en el mercado de Singapur.

Conclusiones.

La percepción de Costa Rica a nivel mundial es de un país con una gran biodiversidad, con un buen clima de negocios, un gran atractivo de inversión por su capacidad humana a la hora de realizar negocios y productos.

Además se destaca Costa Rica por contar con un punto estratégico gracias a su localización en el continente Americano. Los datos investigados reflejan que para dicho país, Costa Rica continua siendo un país de grandes características mencionadas anteriormente.

De igual manera Singapur observa y se encuentra asombrado con la diversidad de sabores de café que se posee en Costa Rica, también por la metodología utilizada para procesar dicho producto y su miel. Añadido a esto les gusta también lo que es el sabor dulce ya que contrarresta la acidez propia del producto.

Recomendaciones.

1. Valorar la posibilidad de participar en campeonatos de baristas los cuales son una gran tendencia en Singapur. Por ejemplo del 20 al 23 de junio del presente año se realizó The 2018 World Barista Championship in Amsterdam donde participaron una gran variedad de baristas de alrededor del mundo, incluido un costarricense, esta se llevó a cabo en en RAI Exhibitions and Convention Centre Amsterdam. También está el Singapore National Barista Championship que se realizó el pasado mes de marzo los días 2, 3 y 4 del 2018.
2. Crear una alianza con la Embajada de Costa Rica en Singapur para realizar distintas actividades con la participación de exportadores de café de Costa Rica.
3. Promocionar a Costa Rica en ferias internacionales de café dando a conocer las características del café costarricense y además los premios obtenidos en distintas competencias internacionales de café, tales como los premios obtenidos en Taza de la Excelencia. A continuación se presenta una lista con las próximas competencias y ferias sobre café a realizarse a nivel mundial.

Eventos:

- ✓ IX Campeonato de Baristas Comunitat Valenciana 2018. Fecha: Miércoles 14 de Noviembre del 2018, costo de la inscripción 75 euros
- ✓ VII Campeonato de Baristas de Murcia 2018. Fecha: 25 de septiembre del 2018 con un costo de inscripción de 75 euros. Lugar del evento: Escuela de Hostelería Caritas Diócesis de Cartagena.
- ✓ XIII Campeonato de Baristas de Galicia 2018. Fecha: Miércoles 21 de noviembre del 2018. Costo de inscripción: 75 euros. Lugar del evento: CIFP A Coruña
- ✓ XIII Campeonato de Baristas de Cataluña 2018. Fecha: Viernes 26 octubre del 2018. Costo de inscripción: 75 euros.
- ✓ XIII Campeonato de Baristas de Cantabria 2018. Fecha: Miércoles 7 noviembre, 2018. Costo de inscripción: 75 euros.
- ✓ XI Campeonato de Baristas de Andalucía 2018. Fecha: Miércoles 17 octubre, 2018. Costo de inscripción: 75 euros.
- ✓ X Campeonato de Baristas de Aragón 2018. Fecha: Viernes 5 octubre, 2018. Costo de inscripción: 75 euros. Lugar del evento: CC Puerto Venecia
- ✓ X Campeonato Barista de Asturias 2018. Fecha: Miércoles 28 noviembre, 2018. Lugar del evento: EHT Gijón. Costo de inscripción: 75 euros.

- ✓ 2018 Canadian AeroPress Championship. HWT Centre. Fecha: Viernes 7 septiembre, 2018
- ✓ 2018 Guatemala AeroPress Championship. Fecha: Lunes 1 Octubre, 2018.
- ✓ 2018 Ecuador AeroPress Championship. Fecha: Sábado 29 septiembre, 2018.
- ✓ 2018 Singapore AeroPress Championship. Fecha: Jueves 30 agosto, 2018. Lugar del evento: Citizen Farm.
- ✓ 2018 Indonesian AeroPress Championship. Fecha: Viernes 28 septiembre, 2018. Lugar del evento: Yakarta.
- ✓ 2018 Australian AeroPress Championship. Fecha: Miércoles 19 septiembre, 2018. Lugar del evento: Melbourne.
- ✓ 2018 South African AeroPress Championship. Fecha: Domingo 2 septiembre, 2018. Lugar del evento: Espressolab, Ciudad del Cabo

Ferias Internacionales:

- ✓ Semana Internacional del Café de Brazil (ICW). Fecha: 7 al 9 de noviembre, 2018. Lugar del evento: Belo Horizonte
- ✓ Coffee Fest California, Fecha: 19 al 21 de Agosto, 2018. Lugar del evento: Los Angeles Convention Center
- ✓ Expo Café Mexico. Fecha: 30 agosto al 1 septiembre, 2018. Lugar del evento: Mexico World Trade Center
- ✓ Tea & Coffee World Cup. Fecha: 3 al 5 septiembre, 2018. Lugar del evento: Birmingham, Reino Unido
- ✓ The Canadian Coffee & Tea. Fecha: 23 y 24 septiembr, 2018. Lugar del evento: Toronto International Centre.
- ✓ Coffee Shop Innovation. Fecha: 25 y 26 septiembre, 2018. Lugar del evento: Excel London.
- ✓ SCAJ World Specialty Coffee Conference and Exhibition. Fecha: 26 al 28 de septiembre, 2018. Lugar del evento: Tokyo International Exhibition Center
- ✓ TriestEspresso Expo. Fecha: 25 al 27 octubre 2018. Lugar del evento: Fiera Trieste, Italia.
- ✓ Taiwan Tea, Coffee and Wine Expo. Fecha: 16 al 19 noviembre, 2018. Lugar del evento: Taipei World Trade Center Nangang Exhibition Hall
- ✓ World Tea and Coffee Expo. Fecha: 29 noviembre a 1 diciembre 2018. Lugar del evento: Bombay Convention & Exhibition Centre (BCEC), India

- ✓ International Coffee & Chocolate Exhibition. Fecha: 3 al 7 diciembre 2018. Lugar del evento: Riyadh Exhibition Centre, Arabia Saudita.
- ✓ MICE Melbourne International Coffee. Fecha: 7 al 9 de febrero 2019
- ✓ London Coffee Festival. Fecha: 28 al 31 marzo 2018.

BIBLIOGRAFÍA

- AVA. (2018) Food Regulations. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://www.ava.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/food-regulations.pdf>
- AVA. (2018). FOOD. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://www.ava.gov.sg/explore-by-sections/food/bringing-food-into-singapore-and-exporting/commercial-food-imports>
- AVA. (2018). Quarantine and Inspection Group (Processed Food). Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: [https://www.ava.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/1-oct-2017-qig-product-codes-\(processed-food\)](https://www.ava.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/1-oct-2017-qig-product-codes-(processed-food))
- Blasco, E; Perez, J (2007) METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE: AMPLIANDO HORIZONTES. Recuperado el 06 de Julio del 2018. Desde: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Cabra, M & Gerardo, M. (2005). Derecho Internacional Público.
- Café Asia. (2018). Singapore National Barista Championship. Recuperado el 06 de Julio del 2018. Desde: <https://cafeasia.com.sg/en/page/138/singapore-national-barista-championship-snbc.html>
- Cafebond. (2018). COSTA RICA MARIO JIMENEZ. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://cafebond.com/coffee/costa-rica-mario-jimenez>
- Camara Café & Cacao. (2018). Tendencias de consumo de café. Recuperado el 18 de Julio del 2018. Desde: http://camcafeperu.com.pe/wp-content/uploads/2018/05/16.Euromonitor_Cafe_Diaz.pdf
- Campos, R. (2005). Software libre (primera edición). <http://www.uoc.edu/masters/oficiales/img/913.pdf>
- Cortes, M & Iglesias, M. (2005), Generalidades sobre metodología de la investigación.
- El Financiero. (2013) Costa Rica: Un país asiático. Recuperado el 18 de Julio del 2018. Desde: <https://www.elfinancierocr.com/opinion/costa-rica-un-pais-asiatico/LSHXSLJ2RFNHLBRYVZTG432A/story/>
- Export.gov (2018) Singapore – Distribution Channels. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://www.export.gov/article?id=Singapore-Distribution-and-Sales-Channels>
- Forbes (2016). A Supply Chain Overhaul To Boost Coffee Farmers Income 400%. Recuperado el 16 de Julio del 2018. Desde: <https://www.forbes.com/sites/annefield/2014/07/16/a-supply-chain-overhaul-to-boost-coffee-farmers-income-400/#782dbba4b13b>
- Galicia, P (2017). Qué es un influencer y por qué lo necesitas para mejorar tu estrategia de Marketing. Recuperado el 12 de Junio 2018. Desde: <https://mglobalmarketing.es/en/blog/que-es-un-influencer-y-que-aporta-a-tu-estrategia-de-marketing/>
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación.

- Hernández, S & Fernández, B. (2014). Metodología de la investigación (quinta edición).
- Huesca, C. (2012). Comercio internacional.
- Hurtado, J. (2010). Metodología de la investigación.
- Lucy Ward. (2018). Costa Rica – It’s all about the process. Recuperado el 18 de Julio del 2018. Desde: <https://cafebond.com/journal/content/3>
- Ministerio de asuntos exteriores, Unión europea y cooperación. (2018). Republica de Singapur. Recuperado el 06 de marzo del 2018. Desde: http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SINGAPUR_FICHA%20PAIS.pdf
- NFerias. (2018) Ferias de Café. Recuperado el 8 de Agosto del 2018. Desde: <https://www.nferias.com/cafe/>
- Parada, P (2013) Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno. Recuperado el 12 de Junio del 2018. Desde: <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>
- PROCOMER (2009). Perfil de país: Singapur. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Singapur%20Ver%20Final%202009.pdf>
- Rialp, A (1999). Los enfoques micro-organizacionales de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura. Recuperado el 04 de Junio del 2018. Desde: http://www.revistasice.info/cache/pdf/ICE_781_117-128_5F6320F1F9F499454DA33296EB4ECF86.pdf
- Sampa, G- (2009). El arbitraje internacional. Cuestiones de actualidad.
- Seyoum, B. (2009). Export- Import theory, practices, and procedures.
- Singapore Coffee Association. (2018). Quarantine and Inspection Group (Processed Food). Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <http://www.singaporecoffee.org/>
- Singapore Customs (2018). Quick Guide for Importers. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://www.customs.gov.sg/businesses/importing-goods/quick-guide-for-importers>
- Singapore Customs (2018). TradeNet Front-end Solution Providers. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://www.customs.gov.sg/about-us/national-single-window/tradenet/tradenet-front-end-solution-providers>
- Singapore Customs (2018). TradeXchange. Recuperado el 17 de Julio del 2018. Desde: <https://www.tradenet.gov.sg/tradenet/portlets/search/searchHSCA/searchHSCA>.
- Solórzano, N; Zeledón, J (2008) MANUAL DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA ENFOQUE DE AGROCAIDENAS. Recuperado el 12 de Junio del 2018. Desde: <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/C20-9305.pdf>

- The Observatory of Economic Complexity. Recuperado el 06 de marzo del 2018. Desde: <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/sgp/>
- Torres, L (s.f) Analisis de tendencias sociales . El coolhunter y su rol en la estrategia empresarial. Recuperado el 04 de Junio del 2018. Desde: <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3663.pdf>
- UNED. (2013) Recuperado el 06 de marzo del 2018. Desde: <https://www.uned.ac.cr/ocex/index.php/124-boletines-articulos/253-tratado-de-libre-comercio-entre-costa-rica-con-singapur>
- Universitat de Barcelona. (2018). Singapur. Recuperado el 05 de marzo del 2018. Desde: <http://www.comercioexterior.ub.edu/correccion/05-06/singapur2006/9.geografia.htm>
- World Barista Championship. (2018). Congratulations to 2018 WBC Champion Agnieszka Rojewska, Representing Poland! Recuperado el 06 de Julio del 2018. Desde: <https://worldbaristachampionship.org/congratulations-to-2018-wbc-champion-agnieszka-rojewska-representing-poland/>
- World of Coffee. (2018). Schedule of Events. Recuperado el 06 Julio del 2018. Desde: <https://www.worldofcoffee.org/schedule-of-events>

ANEXOS

Entrevista ICAFE

Universidad Latina de Costa Rica

Facultad de Ciencias Empresariales

Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional

Trabajo final de graduación

Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en
Singapur

Datos generales

Nombre: David Ortiz y Roció Mena

Lugar de trabajo: ICAFE

Correo electrónico: dortiz@icafe.cr, rmena@icafe.cr

1. ¿Qué expectativas tienen sobre el mercado Singapurense?

Parte de nuestro objetivo es tratar de ofrecerle a todo el sector exportador nuevos mercados donde tengan buen consumo de café, entonces si el mercado tiene buen consumo de café de especialidad nos llama la atención y después es muy importante tratar de entender la dinámica porque pueden que tomen café bueno pero cuánto están dispuestos a pagar. Entonces que sea un mercado potencial con crecimiento de consumo de café de especialidad y cuánto quieren pagar.

2. ¿Cuentan con exportadores hacia este país?

Sí, el año pasado no hubo mucha exportación. Se han hecho poquitas. Desde el 2014 ha habido pocos intentos, el porcentaje de exportación es bajo. En este momento sí existen exportadores que colocan café allá, no sabemos cómo lo están comercializando,

si lo venden como café de Costa Rica o lo compran a granel y allá lo re empacan como marca país.

3. ¿Qué dificultades se han detectado a la hora de exportar?

Tuve una conversación con unas personas que están exportando café a Japón, al encargado de exportaciones de la compañía le pregunte que si no fuera Japón qué otro mercado de medio oriente sería bueno y me dijo que Singapur. Entonces me contó que sacaron un poco de café a Singapur y comentó que son un poco duros para negociar el precio. El precio se tiene que justificar para que ellos nos den el precio que valemos. No puedo generalizar y decir que todos los de Singapur piensan igual.

4. ¿Qué beneficios trae este mercado en comparación de los demás para desear aumentar el número de exportaciones?

El potencial. Sí están tomando café y es tanta gente que quiere tomar café es ir a buscar una oportunidad. La posibilidad de poder colocar el café en otros mercados también.

5. ¿Existe algún tipo de café en específico que sea el principal producto por exportar?

El café de especialidad. Esta es la base sobre la cual nos ponemos a negociar. También conocer qué tipo de café les gusta, siendo así como la parte de Japón, puede que les gusten los que son con sabores frutales.

6. ¿Conocen las exigencias del mercado?

No, de Singapur en realidad conocemos generalidades de la cultura. Conocemos que para negociar son personas muy rectas y difíciles.

7. ¿Cuál es la capacidad de exportación que debe tener el exportador que quiera entrar a este mercado?

Depende, existen muchas variables. Esto va a depender del comprador.

8. ¿Estarían dispuestos a asistir una feria internacional para dar a conocer el producto en este país?

Ese es el fin. Si nosotros vemos que el mercado está bien, que hay gente que quiere café, que lo está tomando, que hay cafeterías que lo están vendiendo, que hay personas

que están pagando por él. Cuando nosotros vamos, vamos con un grupo de exportadores, con una misión paralela y generar esos be to be.

9. ¿Conocen posibles competidores extranjeros?

A todos. Si hacemos un barrido de países que están metiendo café, sabemos que Colombia, Honduras, Guatemala, Nicaragua solo por hablar de región.

Entrevista COMEX

Universidad Latina de Costa Rica

Facultad de Ciencias Empresariales

Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional

Trabajo final de graduación

Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en
Singapur

Datos generales

Nombre:

Lugar de trabajo: COMEX

Correo electrónico: pep@comex.go.cr

1. ¿Qué normas de origen aplican para el café tostado y verde?

En el caso de las reglas de origen, pueden consultar la regla aplicable para el café en el Anexo 3.1 del TLC, disponible en el siguiente enlace:

http://www.comex.go.cr/media/2215/01_anexo-31-excepciones-para-la-regla-de-origen-general-bajo-el-articulo-35.pdf

2. ¿Cuáles son las normas fitosanitarias por cumplir para exportar café de Costa Rica a Singapur?

Los requisitos fitosanitarios para el café en grano y otros productos de origen vegetal establecidos por Singapur se pueden localizar en la página en Internet de la autoridad competente de ese país Agri-Food and Veterinary Authority (AVA):

<https://www.ava.gov.sg/explore-by-sections/plants/bringing-plants-in-and-out-of-singapore/importing-plants-plant-products>

3. ¿Existe algún tipo de obstáculo técnico al comercio que se presente para exportar café de Costa Rica a Singapur?

Los requisitos relacionados a la inocuidad de los alimentos, etiquetado y de otra índole los puede localizar en las siguientes páginas de AVA:

<http://www.ava.gov.sg/explore-by-sections/food/bringing-food-into-singapore-and-exporting/commercial-food-imports>

<https://www.ava.gov.sg/explore-by-sections/food/bringing-food-into-singapore-and-exporting/general-classification-of-food-food-products>

4. ¿Se paga algún arancel por realizar exportaciones de café verde o tostado a Singapur?

El arancel de Singapur es 0% al ser un puerto libre. La información de comercio con Singapur la puede obtener del portal estadístico de PROCOMER <http://sistemas.procomer.go.cr/estadisticas/inicio.aspx>

Entrevista PROCOMER

Universidad Latina de Costa Rica

Facultad de Ciencias Empresariales

Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional

Trabajo final de graduación

Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en
Singapur

Datos generales

Nombre: Paola Vargas Mora

Lugar de trabajo: PROCOMER

Correo electrónico: info@procomer.com

1. ¿Con cuánta regularidad asiste Costa Rica a ferias Internaciones de Café?

Es importante realizar esta consulta a ICAFE quien tiene un cronograma de eventos los cuales pueden revisar con el departamento de Promoción del ICAFE, tenemos entendido que van a varias ferias de café al año.

2. ¿Cuáles son las ferias internacionales en materia de Café a las que Costa Rica asiste?

Esta pregunta es compleja ya que depende del enfoque de la venta de café (verde o tostado). Se participa en varias por ejemplo el Coffee Show de Corea.

3. ¿Se ha contado con participación de inversionistas provenientes de Singapur en esta feria?

Tenemos entendido que no han participado inversores como tal, solo compradores.

4. ¿Cuáles son las mayores limitantes para los exportadores costarricenses al momento de exportar al mercado de Singapur?

Esta consulta es importante realizarla a los exportadores.

Entrevista Embajada de Costa Rica en Singapur

Universidad Latina de Costa Rica

Facultad de Ciencias Empresariales

Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional

Trabajo final de graduación

Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en Singapur

Datos generales

Lugar de trabajo: Embajada de Costa Rica en Singapur

Correo electrónico: info@embassyrcsg.com

- 1. ¿Cuál es el porcentaje de costarricenses que residen en Singapur ya sea de forma temporal o permanente?**

Aproximadamente 60, aunque algunos que tienen doble ciudadanía no pueden registrarse en el consulado.

- 2. ¿Cuáles son las zonas de mayor consumo de café en Singapur?**

Singapur es un estado relativamente pequeño. No hay un área en particular con alto consumo de café. El consumo tenderá a ser mayor cerca de las escuelas y edificios de oficinas. Los vecindarios locales también tienen 'cafeterías' que venden café local

- 3. ¿Qué características culturales son relevantes para tomar en consideración para exportar a Singapur?**

Los singapurenses prefieren Nescafé o café de producción local que tiende a ser más fuerte. Las personas que se identifican como musulmanas solo pueden consumir productos alimenticios certificados halal, mientras que aquellos que son hindúes no pueden consumir productos que contienen carne de res. Los singapurenses tienden a preferir el café Nescafé o el café de producción local (llamado café Nanyang). Una taza costaría entre S \$ 1 y \$ 1.50. Un ciudadano de Singapur promedio prefiere este tipo de café en lugar de Starbucks o "café occidental" porque es fuerte y más barato.

4. ¿Es posible determinar las perspectivas que tienen los habitantes de Singapur sobre Costa Rica como país?

Son conscientes de que Costa Rica es un país latinoamericano que es una escapada tropical privilegiada.

5. ¿Conocen los residentes de Singapur la calidad del café que exporta Costa Rica?

El consumidor promedio de Nescafé no lo sabría.

6. ¿Poseen brochurs, panfletos u otro tipo de información sobre el café de Costa Rica?

El sitio web de la Embajada tiene información sobre el café costarricense-
<https://www.embassycrsg.com/history-of-coffee-in-costa-rica.html>

7. ¿En International Coffee Festival ha contado con participación costarricense?

Puede contactarlos directamente por correo electrónico a sgcoffee@sph.com.sg

TradeNet

TradeNet Front-end Solution Providers

This table shows the front-end solution providers for TradeNet version 4.1.

<p>Computer Lord Industrial Training Centre</p> <p>809 French Road #06-166 Kitchener Complex Singapore 200809 Tel: (65) 6222 3308 Fax: (65) 6299 5506 Email: helpdesk@clord.com</p>	<p>GeTS Asia Pte Ltd</p> <p>31 Science Park Road The Crimson Singapore 117611 Tel: (65) 6887 7333 Fax: (65) 6887 7429 Email: sales@globaletrade.services</p>
<p>Blulay Solutions Pte Ltd</p> <p>2 Bukit Merah Central #13-01 Singapore 159835 Tel : (65) 6491 3999 Fax : (65) 6491 3998 Email: support.apac@blujaysolutions.com</p>	<p>Tradenet Services Pte Ltd</p> <p>101 Lorong 23 Geylang #05-03/04 Prosper House Singapore 388399 Tel: (65) 6576 9100 Fax: (65) 6842 2677 Email: info@tnets.com.sg</p>

<p>Portnet.Com Pte Ltd</p> <p>460 Alexandra Road Singapore 119963 Tel: (65) 6279 4711 Fax: (65) 6279 4111 Email: csc@portnet.com</p>	<p>WiseTech Global Singapore office</p> <p>6 Raffles Quay #11-03 Singapore 048580 Tel: (65) 3106 2780/ (65) 3106 2789 Fax: (65) 6247 9419</p>
<p>VCargo Cloud Pte Ltd</p> <p>29 Tai Seng Avenue #05-01 Natural Cool Lifestyle Hub Singapore 534119 Tel: (65) 67796218 Fax: (65) 67796216 Email: sales@vcargocloud.com</p>	<p>Innosys Pte Ltd</p> <p>10 Ubi Crescent #06-01 Ubi Techpark (Lobby A) Singapore 408564 Tel: (65) 6744 3002 Fax: (65) 6742 0004 Email: sales@innosys.com.sg</p>
<p>Cargo Community Network Pte Ltd</p> <p>77 Science Park Drive #03-18 CinTech III Singapore 118256 Tel : (65) 6776 4889 Fax : (65) 6778 1875 Email : helpdesk@ccn.com.sg</p>	

Government Front-end Application

For new users, you may wish to register as a TradeNet declaring agent with the TradeNet administrator.

This solution is free for existing TradeNet declaring agents. Please register with the TradeNet administrator and allow up to 3 working days for activation.

Download the [list of TradeNet front-end solution providers](#).

How to be a TradeNet Front-end Solution Provider?

Those interested to provide a TradeNet front-end solution can email to Customs_tradenet@customs.gov.sg with the following information for our assessment:

- Company name and background
- Person in charge and contact number
- Nature of business
- Proposed TradeNet solution plan (for example, as a stand-alone software solution, integrated solution or direct system to system solution)

Successful applicants will be required to sign a non-disclosure agreement before collecting the TradeNet message specifications.

Contactos Importantes

Agri-Food & Veterinary Authority (AVA): <https://www.ava.gov.sg/>

Embajada de Costa Rica en Singapur: <https://www.embassycrsg.com/>

Gobierno de Singapur: <https://www.gov.sg/>

Ministerio de Trabajo en Singapur: <https://www.mom.gov.sg/>

Autoridad Monetaria de Singapur: <http://www.mas.gov.sg/>

Ministerio de Comercio e Industria: <https://www.mti.gov.sg/Pages/home.aspx>

Bolsa de Valores de Singapur: <https://www.ses.com.sg/>

Cámara Internacional de Comercio de Singapur: <http://www.sicc.com.sg/>

Ministerio de Finanzas de Singapur: <https://www.mof.gov.sg/>

Asociación de Café de Singapur: <http://www.singaporecoffee.org/>

Customs & Excise Department: <https://www.customs.gov.sg/>

APÉNDICE

Heredia, 8 de agosto de 2018

Señores

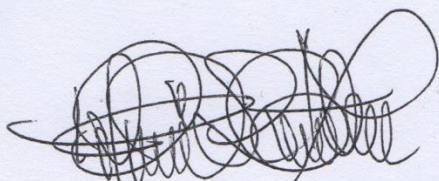
Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración de Negocios
Universidad Latina de Costa Rica

Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: Análisis prospectivo de mercado del café costarricense de especialidad en Singapur, elaborado por las estudiantes: Carolina María Arguedas Arguedas y María Alejandra Machado Triana cédula: 4-0231-0313; 117001941304, como requisito para que las citadas estudiantes puedan optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su defensa oral ante el tribunal examinador.

Suscribe cordialmente,



MGCI. Roberto Hunter Torrealba

Cédula: 155800599504

Tutor

Heredia, 16 de agosto de 2018

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

Escuela de Administración de Negocios

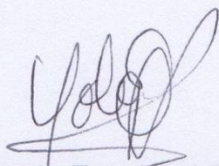
Universidad Latina de Costa Rica

Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: Análisis prospectivo de mercado del café costarricense de especialidad en Singapur, elaborado por las estudiantes: María Alejandra Machado Triana cédula: 117001941304, como requisito para que la citada estudiante pueda optan por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su defensa oral ante el tribunal examinador.

Suscribe cordialmente,



MBA. Yolanda Esquivel Vilchez

Cédula: 4-161753

Lector

Señores

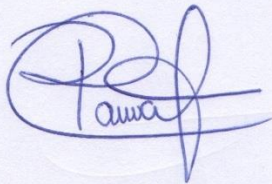
Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración de Negocios
Universidad Latina de Costa Rica

Estimados señores:

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación, denominado Análisis prospectivo de mercado del café Costarricense de especialidad en Singapur, elaborado por las estudiantes: Carolina María Arguedas Arguedas y María Alejandra Machado Triana para optar el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional.

Corregí el trabajo en aspectos, tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación; por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

Suscribe cordialmente,



Licda. Edith Raissa Pizarro Alfaro

Grado académico, nombre completo

Cédula: 4-0178-0133

Número de Carnet 35554

Filólogo



Heredia, 5 de abril de 2018

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

Escuela de Administración de Negocios

Universidad Latina de Costa Rica

Estimados señores:

Por este medio les presentamos la propuesta de Graduación, que alude el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación, como requisito básico para dar inicio al Trabajo Final de Graduación; el cual nos permitirá optar por el grado de Licenciado en la Carrera de Administración de Negocios con Énfasis en Comercio Internacional preparado por:

NOMBRE DEL ESTUDIANTE CÉDULA TELÉFONOS

Carolina María Arguedas Arguedas 402310313 8602-3778

María Alejandra Machado Triana 117001941304 6287-1841

El tema de investigación que escogido se titula: Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en Singapur, para el cual proponemos como tutor a Roberto Hunter.

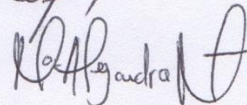
Esperamos la revisión y evaluación del anteproyecto presentado, así como las estimables observaciones de ese Comité.

Suscriben cordialmente,

Carolina María Arguedas Arguedas 402310313



María Alejandra Machado Triana 117001941304



Nombre (s) de Estudiante

Cédula



"Carta Autorización del autor(es) para uso didáctico del Trabajo Final de Graduación"

Vigente a partir del 31 de Mayo de 2018



Instrucción: Complete el formulario en PDF, imprima, firme, escanee y adjunte en la página correspondiente del Trabajo Final de Graduación.

Yo (Nosotros):

Escriba Apellido, Nombre del Autor(a). Para más de un autor separe con " y "

Arguedas Arguedas Carolina María; Machado Triana María Alejandra

De la Carrera / Programa: Administración de empresas con énfasis en Comercio Internacional

autor (es) del (de la) (Indique tipo de trabajo):

titulado:

Análisis prospectivo de mercado del Café Costarricense de especialidad en Singapur

Autorizo (autorizamos) a la Universidad Latina de Costa Rica, para que exponga mi trabajo como medio didáctico en el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI o Biblioteca), y con fines académicos permita a los usuarios su consulta y acceso mediante catálogos electrónicos, repositorios académicos nacionales o internacionales, página web institucional, así como medios electrónicos en general, internet, intranet, DVD, u otro formato conocido o por conocer; así como integrados en programas de cooperación bibliotecaria académicos dentro o fuera de la Red Laureate, que permitan mostrar al mundo la producción académica de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido.

De acuerdo con lo dispuesto en la Ley No. 6583 sobre derechos de autor y derechos conexos de Costa Rica, permita copiar, reproducir o transferir información del documento, conforme su uso educativo y debiendo citar en todo momento la fuente de información; únicamente podrá ser consultado, esto permitirá ampliar los conocimientos a las personas que hagan uso, siempre y cuando resguarden la completa información que allí se muestra, debiendo citar los datos bibliográficos de la obra en caso de usar información textual o paráfrasis de esta.

La presente autorización se extiende el día (Día, fecha) 17 del mes agosto

del año 2018 a las 17:00. Asimismo declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: que soy el autor(a) del presente trabajo final de graduación, que el contenido de dicho trabajo es obra original del (la) suscrito(a) y de la veracidad de los datos incluidos en el documento. Eximo a la Universidad Latina; así como al Tutor y Lector que han revisado el presente, por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo, de cualquier responsabilidad por su autoría o cualquier situación de perjuicio que se pudiera presentar.

Firma(s) de los autores Según orden de mención al inicio de esta carta:

4-0231-0313

117001941304