



# 2016

memoria institucional

*esencial*  
**COSTA  
RICA**

PROMOTORA DEL  
COMERCIO EXTERIOR

**#1 DEL  
MUNDO**

COSTA RICA EN 2016  
con el mayor crecimiento de las  
exportaciones en Latinoamérica





**2016**

memoria institucional



# LA MEJOR

PROMOTORA DE COMERCIO EXTERIOR

# DEL MUNDO

por **TERCER** año consecutivo

Según cierre a 2016 del ranking de evaluación "Institutional Assesment, Benchmarking and Performance Improvement Programme for Trade Support Institutions" del Centro del Comercio Internacional.





# Contenidos

## NUESTRO MODELO EXPORTADOR

1. Mensaje del ministro y viceministro de comercio exterior ..... 10
2. Presentación del gerente general de PROCOMER ..... 12
3. Estadísticas de comercio exterior 2016 ..... 14

## LOS PILARES DE NUESTRA INSTITUCIÓN

4. Misión ..... 24
5. Visión ..... 25
6. Valores ..... 26
7. Estructura Organizacional ..... 28

## PROMOCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

8. Apoyo al exportador .....	34
9. Ampliar cobertura internacional .....	48
10. Ampliar cobertura fuera de GAMA .....	50

## IMPULSO A LA COMPETITIVIDAD PAÍS

11. Encadenamientos productivos .....	54
12. Promover la marca país .....	58
13. Mejorar clima de negocios / Régimen de ZF .....	60
14. Simplificación de trámites y seguridad Jurídica .....	64
15. Impulsar asociatividad .....	67

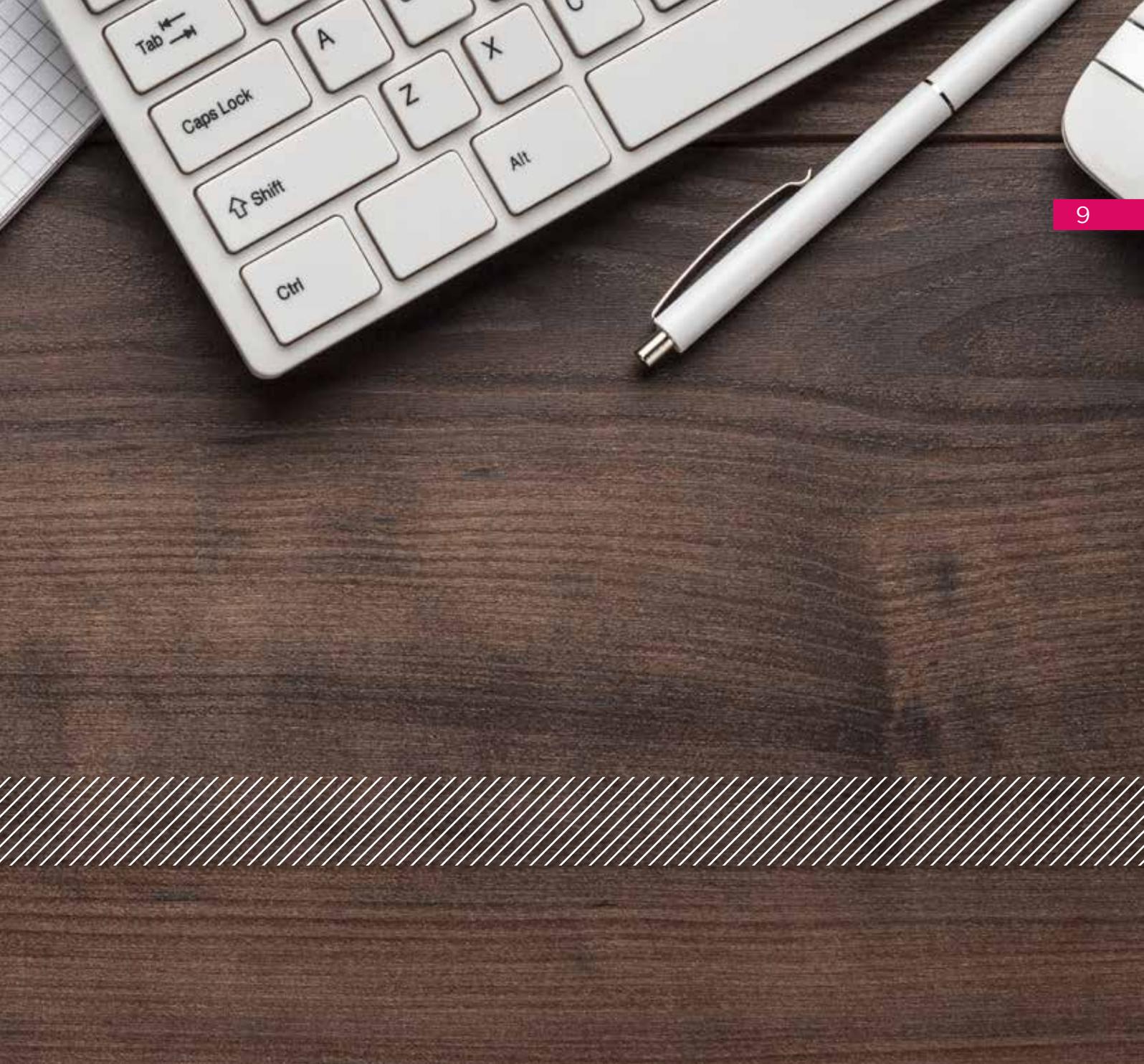
## FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

16. Mejora de la eficiencia operativa .....	70
17. Fomentar la innovación .....	74
18. Potenciar alianzas y convenios interinstitucionales .....	78
19. Desarrollar y mantener el talento .....	79



**Nuestro  
modelo  
exportador**





# 1. Mensaje

## MINISTRO Y VICEMINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR

Damos inicio a esta presentación destacando y reconociendo el extraordinario aporte de los exportadores costarricenses, cuyo empeño, tenacidad y compromiso con la excelencia, ha permitido que seamos una de las dos economías latinoamericanas con crecimiento en sus exportaciones de bienes en el 2016, alcanzando el mejor desempeño en la región, con un 8%. Asimismo, las exportaciones de servicios presentan una tendencia creciente en los últimos cuatro periodos interanuales, con una tasa de crecimiento promedio anual de 11,2%. Es de esperar que se mantenga un crecimiento sostenido y dinámico de las exportaciones de servicios, a tono con lo que estas han experimentado en los últimos años. Estas cifras contrastan de manera muy favorable con la contracción o el estancamiento mostrado por el resto de países.

Nos llena de satisfacción que la política de comercio exterior costarricense, se haya orientado de manera coherente, acertada y oportuna, la gestión estratégica de la Promotora de Comercio Exterior, dando como resultado más valor agregado nacional, mayores encadenamientos, así como una mayor especialización y diversificación de nuestras exportaciones; todos los anteriores, pilares fundamentales de los objetivos estratégicos del sector comercio exterior.

La labor que desempeña PROCOMER en la identificación de nuevas oportunidades de negocios y en la facilitación de una mayor y mejor comercialización, ha sido piedra angular en la ampliación de la presencia de nuestros productos y servicios en más de 150 mercados de destino alrededor del mundo. Las ruedas de negocios, las misiones de compradores internacionales y el acompañamiento a los exportadores costarricenses en foros y ferias internacionales, han facilitado el posicionamiento de Costa Rica en los mercados mundiales, dando a conocer la oferta diferenciada y de alto valor agregado que



## Alexander Mora

Ministro de Comercio Exterior

## Jhon Fonseca

Viceministro de Comercio Exterior

11

presenta el país.

Esta visión estratégica es consistente con los objetivos que se propuso alcanzar la Administración Solís Rivera en el Plan Nacional de Desarrollo, orientados a generar las condiciones para ampliar el portafolio de exportación –ofreciendo acompañamiento, capacitación e impulso a los sectores productivos nacionales hacia la internacionalización–, así como para identificar, crear y aprovechar oportunidades en mercados donde existe potencial para nuestra oferta exportable.

Siguiendo un enfoque estratégico, PROCOMER ha logrado concretar alianzas con cámaras empresariales y con el servicio exterior del país, permitiendo con ello ampliar la presencia comercial en distintos mercados, gracias a la identificación de potenciales compradores interesados en los productos y servicios de exportación costarricenses. Con ello, se procura que cada vez más empresas costarricenses, principalmente PYMES, se integren y beneficien de la dinámica del comercio internacional y contribuyan al desarrollo económico y social inclusivo en sus comunidades, impactando positivamente los ecosistemas productivos de las diferentes regiones del país.

El trabajo conjunto de la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) y PROCOMER para la atracción de inversiones y la promoción de las exportaciones, respectivamente, bajo el liderazgo y rectoría del Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), siguen cimentando una ruta al desarrollo basada en la innovación, la competitividad, la eficiencia y la diversificación. Estos elementos favorecen que las ventajas y bondades del comercio exterior se traduzcan en mayores oportunidades, mejores condiciones de vida y mayor prosperidad para tantas personas y empresas como sea posible.

Los productores, exportadores e inversionistas pueden estar seguros de que seguirán contando con todo el apoyo técnico, logístico y comercial de PROCOMER, para que sus productos y servicios lleguen a más compradores alrededor del mundo bajo parámetros de calidad, eficiencia y sostenibilidad, que reflejan la esencia de nuestra vocación exportadora y que sustentan la razón de ser de la sólida institucionalidad del comercio exterior que nuestro país ha venido construyendo de manera brillante durante más de 20 años.

# 2.

# Presentación

## GERENTE GENERAL DE PROCOMER

Para PROCOMER el año 2016 reviste de gran importancia, no solo por haber sido galardonada por tercer año consecutivo, como la mejor Agencia de Promoción del Comercio del mundo, sino además, por haber contribuido a que el país lograra un crecimiento del 8% de sus exportaciones.

Este año que pasó la promotora cumplió 20 años de estar apoyando al inversionista y al exportador. Lo anterior mediante estrategias de largo plazo que han permitido conectar al país con la economía global a través de la apertura de nuevos mercados y la diversificación de la oferta exportable basada en la innovación, el talento humano y la eficiencia.

Su acción estratégica y operativa se basa en tres pilares fundamentales: Fortalecimiento Institucional, que procura la excelencia y el mejoramiento de los servicios al sector exportador costarricense; la Promoción del Comercio Exterior apoyando a pequeñas y medianas empresas a alcanzar estándares internacionales, dando paso a la internacionalización y colocación de sus productos en cadenas globales de comercio; y el Impulso a la Competitividad País, a través del desarrollo de herramientas como la marca país esencial COSTA RICA, plataformas digitales que agilizan los trámites de comercio exterior, planes de desarrollo para Pymes y alianzas estratégicas con organizaciones en beneficio del exportador.

En el escenario global, se debe destacar el esfuerzo coordinado de PROCOMER por mantener una presencia proactiva en los mercados mundiales; lo anterior a través del fortalecimiento y apertura de nuevas sedes comerciales que operan en cinco modalidades diferentes (desde oficinas

A photograph of Pedro Beirute Prada, a man in a dark suit and red tie, standing with his arms crossed in front of a large yard filled with colorful shipping containers. The background is a bright blue sky with a pinkish-red light effect.

## Pedro Beirute Prada

Gerente General de PROCOMER

13

con personal de PROCOMER hasta representaciones diplomáticas y cámaras empresariales). Esta diversidad en la representación permite a la institución maximizar los recursos financieros y humanos, y potencializar el esfuerzo exportador del país. De ello se deriva que, actualmente, la promotora cuenta con más de 40 sedes internacionales.

La capacitación y formación de exportadores ha sido otro de los aspectos más relevantes en las gestiones de la institución, lo cual representa una de las áreas estratégicas de PROCOMER. Este apoyo les permite, a actuales y potenciales exportadores, recibir información de inteligencia comercial y capacitación para estar mejor preparados para la toma de decisiones e interacción con compradores de los más diversos mercados del mundo; PROCOMER además les apoya a lograr presencia estratégica, mediante la participación en ferias, ruedas de negocios y misiones comerciales en mercados no tradicionales como Asia, Medio Oriente y otras regiones del mundo, las cuales han empezado a dar resultados.

En el ámbito nacional, la búsqueda de mayor competitividad

y eficiencia de los procesos ha sido la constante en PROCOMER, por eso, continuamos trabajando en la simplificación de trámites y digitalización de procesos que hagan más accesibles y transparentes los procesos de importación, exportación y trámites de los diferentes regímenes de exportación. La consolidación y desarrollo de ventanillas únicas para el comercio exterior y para las inversiones, representan logros significativos que han puesto al país en una posición de liderazgo regional, permitiéndole además recibir reconocimiento internacional.

Los exportadores costarricenses siguen contando con el apoyo de la promotora, tal y como lo han hecho por más de 20 años. PROCOMER seguirá siendo el mejor aliado para procurar un buen desempeño, la calidad de los productos, la generación de más oportunidades y la búsqueda de nuevos mercados para las exportaciones costarricenses, elementos clave que han convertido de manera consistente a nuestro país, en un gran exportador y un excelente destino de inversión.

# 3.

# Estadísticas

DE COMERCIO EXTERIOR

**BIENES**

**+8%**

VARIACIÓN 2015-2016

**\$9.933M**

ACUMULADO **TOTAL BIENES 2016**

**SERVICIOS**

**+12%**

VARIACIÓN SET 2015-2016

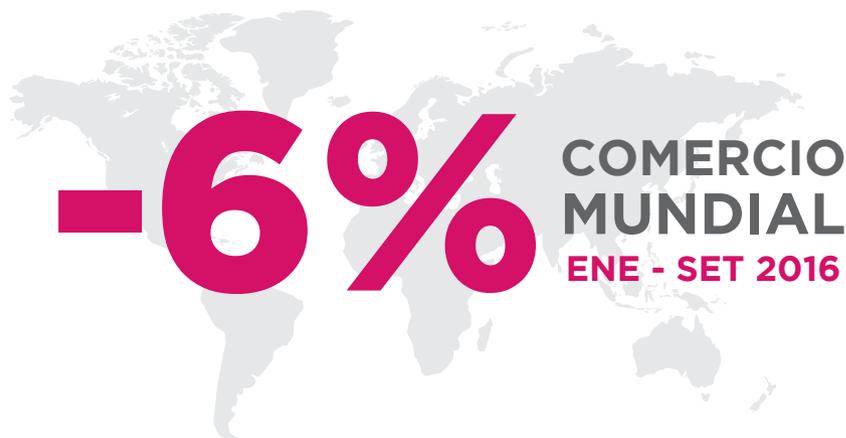
**\$6.160M**

ACUMULADO **TOTAL SERVICIOS SET 2016**

# 2016

15

## CONTEXTO INTERNACIONAL



VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES 2015-2016

**-5%**

AMÉRICA DEL NORTE

**-2%**

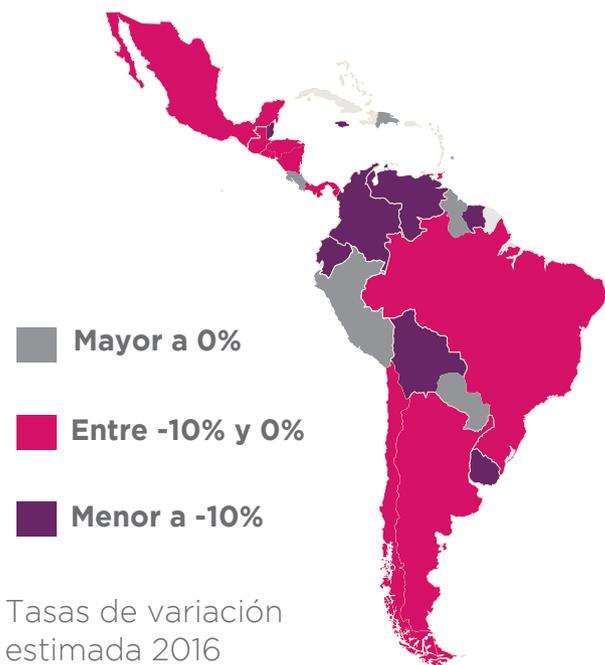
EUROPA

**-6%**

ASIA

# EXPORTACIONES

## LATINOAMÉRICA 2016



exportaciones  
Latinoamérica **-6%**  
Proyección 2016

### VARIACIÓN EXPORTACIONES

**COSTA RICA +8%**

Panamá	<b>-8%</b>	México	<b>-4%</b>
Guatemala	<b>-4%</b>	Chile	<b>-7%</b>
El Salvador	<b>-4%</b>	Colombia	<b>-21%</b>
Nicaragua	<b>-1%</b>	Perú	<b>+3%</b>
Honduras	<b>-4%</b>	Ecuador	<b>-15%</b>

# COSTA RICA



Participación en el total exportado de bienes

## LATINOAMÉRICA

**COLOMBIA**  
Petróleo y derivados 47%

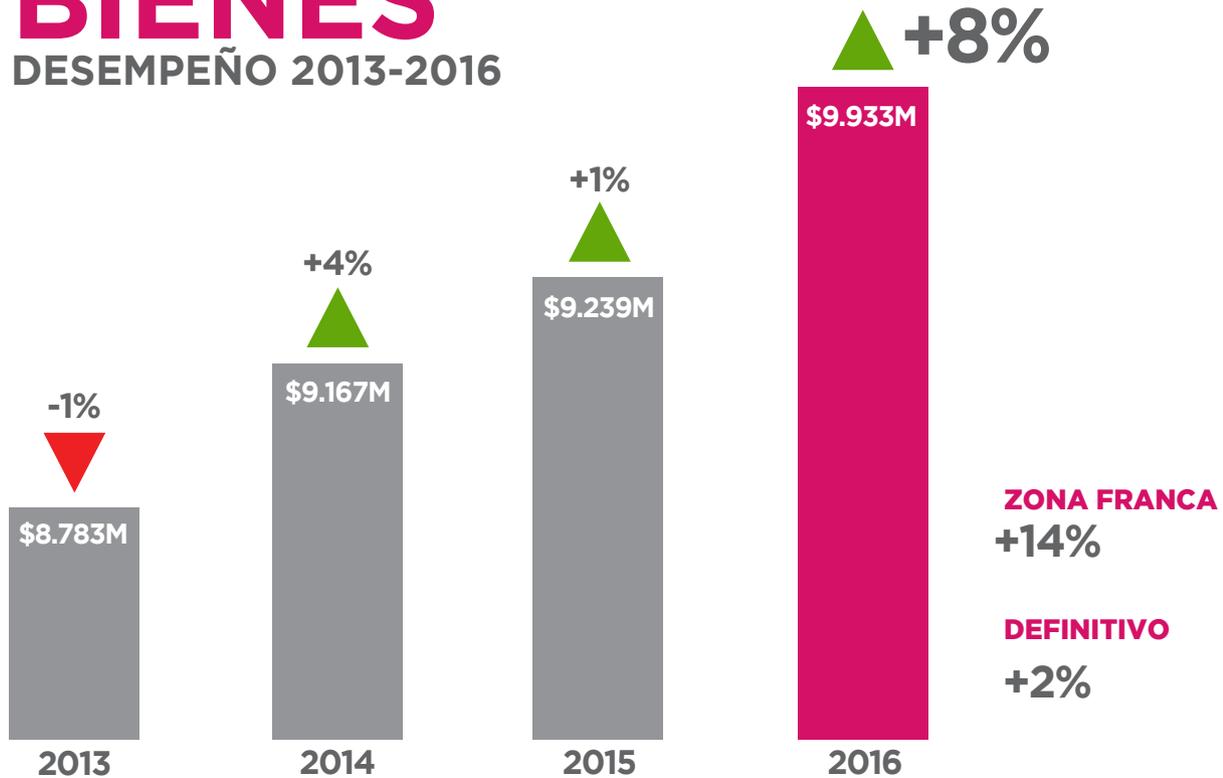
**CHILE**  
Cobre y manufacturas 47%

**ECUADOR**  
Petróleo y derivados 37%

**PERÚ**  
Cobre y manufacturas 30%

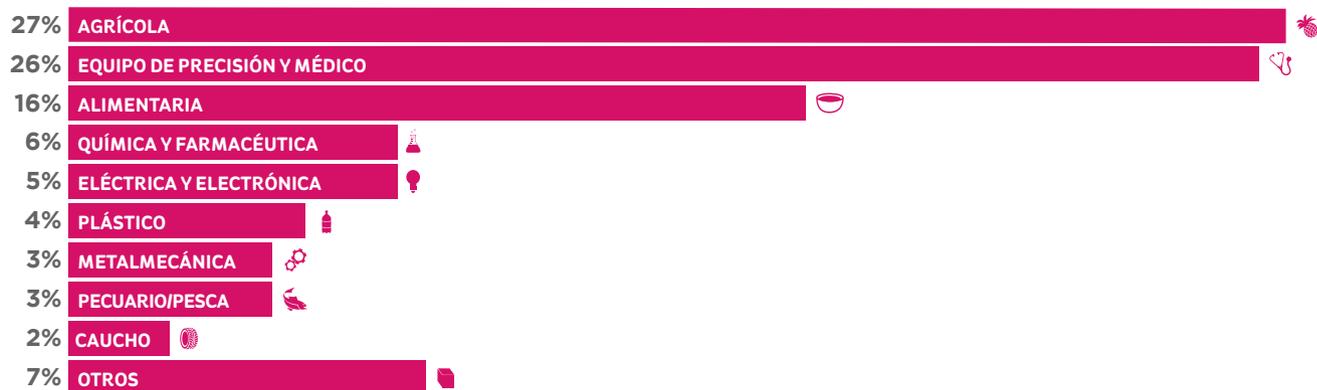
# BIENES

DESEMPEÑO 2013-2016



Fuente: BID, PROCOMER

# PARTICIPACIÓN SEGÚN SECTOR 2016



## VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES 2015-2016

**+9%**  
AGRÍCOLA

**+7%**  
INDUSTRIAL

**-5%**  
PECUARIO/PESCA

# PRINCIPALES PRODUCTOS

## DINAMIZAN ▲

### Dispositivos médicos

+18% / +\$373M

### Banano

+18% / +\$154M

### Jugo de frutas

+41% / +\$80M

### Piña

+9% / +\$72M

### Componentes electrónicos

+217% / +\$26M

## DESACELERAN ▼

### Azúcar

-26% / -\$23M

### Carne bovina

-21% / -\$16M

### Aceite de palma

-7% / -\$9M

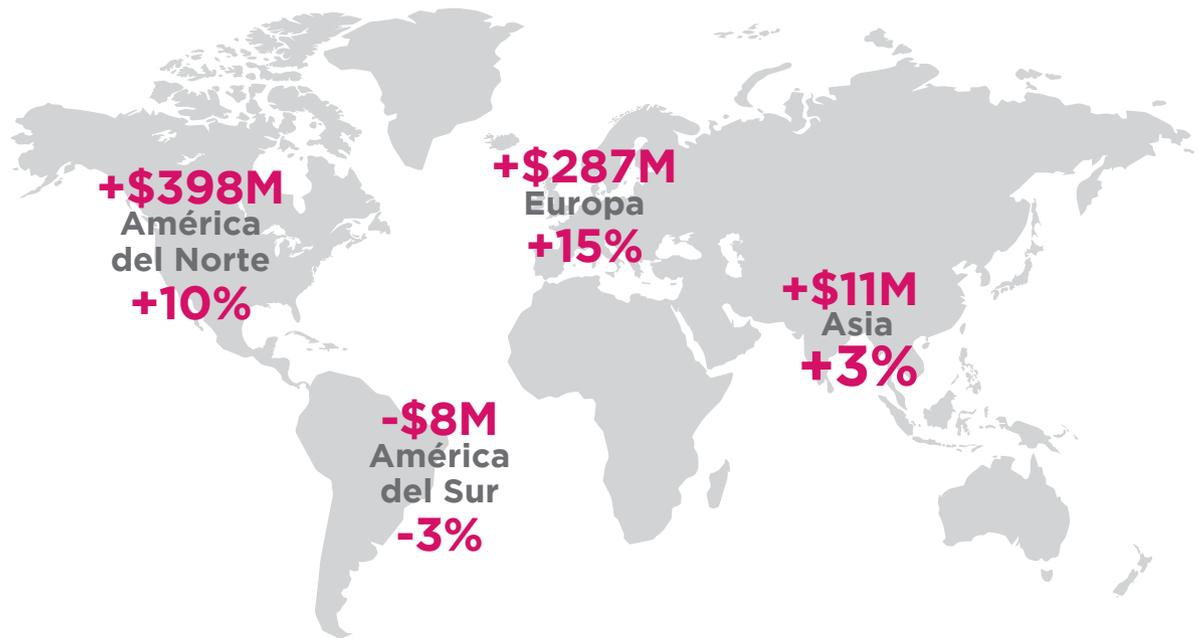
### Filetes y carne de pescado

-17% / -\$8M

### Plantas ornamentales

-10% / -\$7M

# EXPORTACIONES 2016 SEGÚN REGIÓN



Variación porcentual y absoluta 2015-2016

# SERVICIOS 2016

DESEMPEÑO A SETIEMBRE

**+12%**  
VARIACIÓN A SET 2015-2016  **\$6.160M**

## PARTICIPACIÓN POR SECTOR

- Viajes **45%**
- Servicios empresariales **32%**
- Telecomunicación, información e informática **13%**
- Transporte **5%**
- Servicios de transformación **2%**
- Otros servicios **3%**

# SERVICIOS 2013-2016

## DESEMPEÑO A SETIEMBRE



# SERVICIOS 2016

CRECIMIENTO POR SECTOR A SETIEMBRE

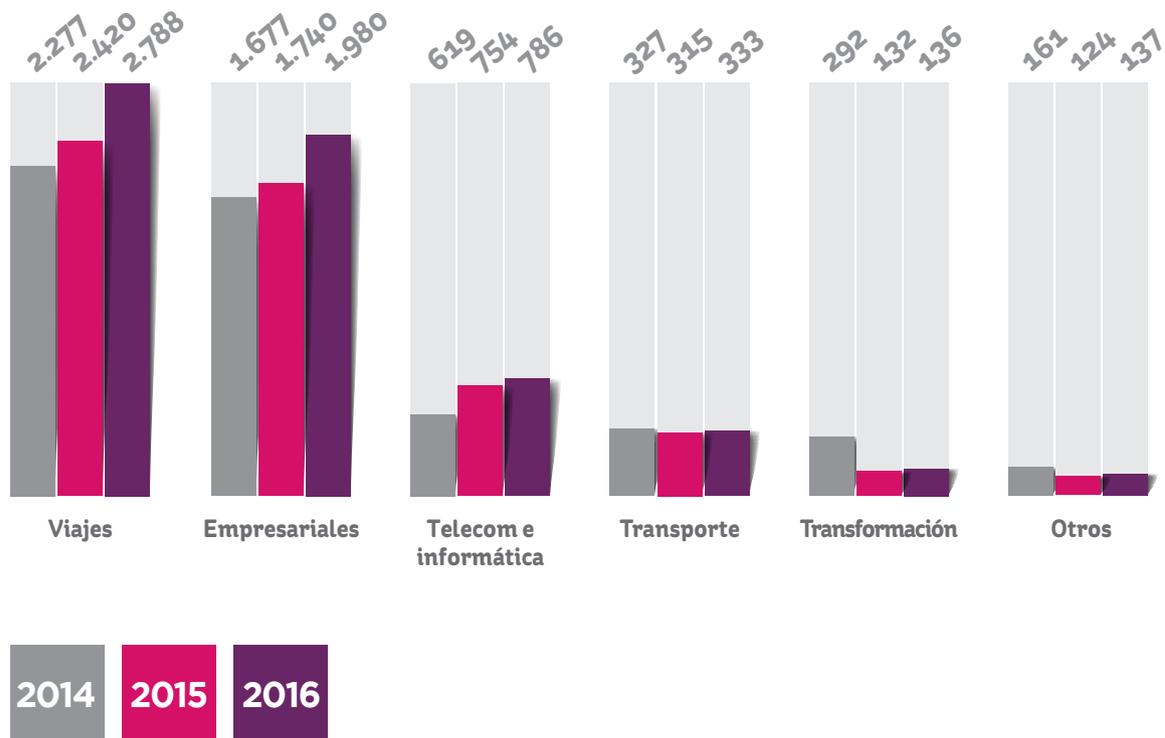
VAR. 2015-2016

MONTO EXPORTADO 2016

+15%	+\$368M	VIAJES	\$2.788M
+14%	+\$240M	EMPRESARIALES	\$1.980M
+4%	+\$32M	TELECOMUNICACIÓN e INFORMÁTICA	\$786M
+6%	+\$18M	TRANSPORTE	\$333M
+3%	+\$4M	TRANSFORMACIÓN	\$136M
+10%	+\$13M	OTROS	\$137M

# EVOLUCIÓN SUBSECTORES

ACUMULADO A SETIEMBRE / MILLONES USD



Fuente: BCCR

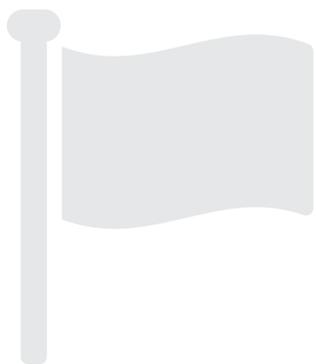


Los  
pilares de  
**PROCOMER**

87



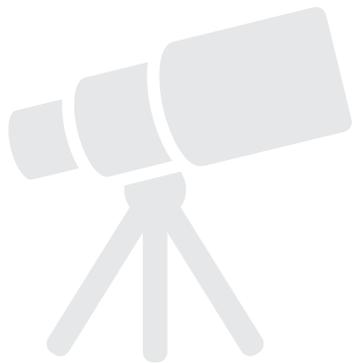
# 4. Misión



Promover  
y **facilitar** el  
comercio exterior  
y la inversión

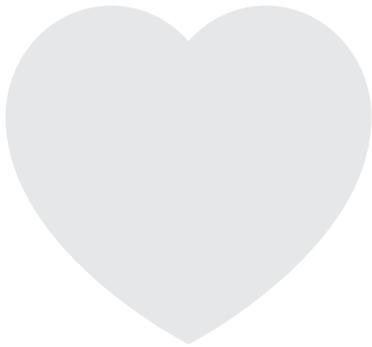
# 5. Visión

29



Ser la institución modelo que impulse el desarrollo y la competitividad

# 6. Valores



- Trabajo en equipo
- Proactividad
- Eficiencia
- Innovación
- Ética



# 7.

# Estructura

## JUNTA DIRECTIVA

ALEXANDER MORA



MINISTRO DE  
COMERCIO EXTERIOR

JHON FONSECA



VICEMINISTRO DE  
COMERCIO EXTERIOR

MARCO RUIZ



REPRESENTANTE DEL  
PODER EJECUTIVO

IRENE CHINCHILLA



REPRESENTANTE DEL  
PODER EJECUTIVO

IRENE ALVARADO



REPRESENTANTE DEL  
PODER EJECUTIVO

LAURA BONILLA



REPRESENTANTE DE LA  
CÁMARA DE EXPORTADORES

ENRIQUE EGLOFF



REPRESENTANTE DE LA  
CÁMARA DE INDUSTRIA

YOLANDA FERNANDEZ



REPRESENTANTE DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO

RIGOBERTO VEGA



REPRESENTANTE DE LA  
CÁMARA DE AGRICULTURA

JOSE M. QUIRCE



REPRESENTANTE PEQUENOS  
Y MEDIANOS EXPORTADORES

# organizacional

33

## GERENCIA GENERAL Y DIRECCIONES

**PEDRO BEIRUTE P.**



GERENTE GENERAL

**JORGE CORDERO**



DIR. PLANIFICACIÓN  
ESTRATÉGICA

**MARCELA BROOKS**



DIR. LEGAL

**ÁLVARO PIEDRA**



DIR. EXPORTACIONES

**MARTA ESQUIVEL**



DIR. INTELIGENCIA  
COMERCIAL

**CLAUDIA MARTÍNEZ**



SECRETARIA EJECUTIVA

**DANIEL VALVERDE**



DIR. MARCA PAÍS

**RITA SBRAVATTI**



DIR. GESTIÓN HUMANA

**ARTURO BARBOZA**



DIR. COMUNICACIÓN  
Y MERCADEO

**ENRIQUE VALVERDE**



DIR. ENCADENAMIENTOS

**MICAELA MAZZEI**



DIR. DE STAFF

**MARVIN SALAS**



DIR. VUCE

**EDDIE VILLALOBOS**



DIR. ADMINISTRATIVO  
FINANCIERO

**GERARDO MONGE**



DIR. RÉGIMENES  
ESPECIALES

**ALEXANDER ARIAS**



AUDITORÍA INTERNA

# Ejecución de nuestra estrategia

## 2015-2018



### EJES ESTRATÉGICOS

Según PND 2015-2018



#### Promoción del Comercio Exterior

- Apoyar al exportador
- Internacionalizar más PYMES
- Fortalecer la cobertura fuera de GAMA
- Ampliar la cobertura internacional
- Identificar e impulsar sectores estratégicos
- Fortalecer banca EX/IM



#### Competitividad País

- Promover la Marca País
- Desarrollar Encadenamientos, Ecosistemas Productivos y Cadenas Globales de Valor
- Impulsar la Asociatividad
- Simplificar trámites y propiciar seguridad jurídica
- Incentivar la diversificación, la sostenibilidad y la innovación
- Mejorar el clima de negocios y el Régimen de Zona Franca
- Desarrollar el talento humano nacional



#### Fortalecimiento Institucional

- Fomentar la innovación
- Mejorar la eficiencia operativa
- Ofrecer servicios integrados
- Potenciar alianzas y convenios interinstitucionales
- Desarrollar y retener el talento

## INDICADORES DE IMPACTO

Según PND 2015-2018



**\$21.1B**  
Exportaciones de  
bienes y servicios



**2850**  
Exportadores



**80.000**  
Nuevos  
empleos



**\$8.2 B**  
IED

## INDICADORES DE EFECTO

Según PND 2015-2018



**\$722 mill**  
Negocios  
guiados



**200**  
Nuevos clientes



**\$50 mill**  
Encadenamientos  
Productivos



**100**  
Proyectos  
de inversión

## INDICADORES DE GESTIÓN



**≥4359**  
Cantidad de  
Productos Exportados



**≥156**  
Cantidad de Mercados  
de exportación



**≥80%**  
% MiPYMEs de total  
empresas exportadoras



**0,80 NPS**  
Satisfacción  
de clientes



**5%**  
Exportación de  
sectores estratégicos



**190%**  
Cumplimiento  
de SLAs



**+95%**  
Ejecución  
Presupuestaria



**185%**  
Evaluación  
Clima Organizacional



**CO<sub>2</sub>=0**  
Huella de  
Carbono Neutral



**120**  
Ranking  
Marca País



**300**  
Empresas licenciadas  
Marca País



**\$3,5 mill usd**  
Publicity



**110%**  
Aumento interanual  
en cantidad de proyectos



**190%**  
Evaluación de  
proyectos y convenios



**90%**  
Cumplimiento  
Planes de trabajo



**180%**  
Tasa de participantes  
"Creando Exportadores"



**199%**  
Disponibilidad de  
plataforma tecnológica

**Promoción del  
comercio  
exterior**





# 8. Apoyo al



CIERRE DE NEGOCIOS CON APOYO DE PROCOMER

**\$184.540.017**

# exportador

39

**1.819 PERSONAS CAPACITADAS** en 231 módulos impartidos en más de 70 ejes temáticos

## Lista de cursos, talleres y capacitaciones:

ISTD (1era Edición).	Asociatividad y organización.
ISTD (2da Edición).	Aspectos Básicos a Considerar Previo a la Auditoria Grupo 1.
Creando Exportadores Agrícola.	BTM 2016 Estructura de costos.
Creando Exportadores Alimentos.	BTM 2016 Logística.
Creando Exportadores Industrial.	BTM 2016 Técnicas de negociación.
- Creando Exportadores Multisectorial.	BTM 2016 Técnicas de negociación – Encadenamientos.
2da Edición: Creando Exportadores Alimentos.	BTM 2016 Técnicas de negociación – Limón.
San Carlos Exporta.	BTM 2016 Técnicas de negociación – Puntarenas.
Cartago Exporta Módulo.	Buenas prácticas de exportadores en el marco de la ley PACA.
E-commerce.	Buenas prácticas de exportadores en el marco de la ley PACA (San Carlos).
DHL ¿Cómo exportar por courier?.	Liderazgo, trabajo en equipo y comunicación (Ciudad Neily).
Taller de Empaque (1era Edición).	Liderazgo, trabajo en equipo y comunicación (San Vito de C.B.).
Taller de Empaque (2da Edición).	Charla, Como participar en encuentros de Promoción (Ciudad Neily).
Arbitraje para PYMES.	Charla, Como participar en encuentros de Promoción (Coto Brus).
	Consejos sobre tributación.

Convenio SOLAS (San Carlos).	Mañana y tarde de Certificaciones - San Carlos.
Costo Financiero - Pérez Zeledón.	Mañana y tarde de Estructura de costos.
Encadenamientos y Técnicas de Negociación para Expopyme.	Mañana y Tarde de Habilidades Blandas.
Estructura de costos - Plataforma Virtual.	Mañana y tarde de Innovación.
Expo-Cartago Pretrámites.	Mañana y tarde de Innovación (Limón).
Generalidades del RZF. para Agencias Aduanales.	Mañana y Tarde de Medios de Pago.
Generalidades, beneficios y obligaciones del RZF.	Mañana y tarde de Medios de Pago - Liberia.
Capacitaciones de VUCE.	Mañana y tarde de Técnicas de Negociación y Logística.
Incoterms 2010.	Mañana y tarde de Técnicas de Negociación y Logística.
Incoterms 2010 - Plataforma virtual.	Mañana y tarde Marketing Digital - Liberia.
Incoterms y Estructura de Costos - Plataforma Virtual.	Mañana y tarde sobre control de calidad.
Informes Anuales - Grupo N°1.	Marketing Digital, Rogelio Umaña.
La vida en Neuro.	Marketing Digital (Limón).
LADE.	Nociones Generales de Fiscalidad Internacional.
Mañana de Certificación Kosher.	Planeamiento estratégico y presupuestal modelos de negocio.

RZF, sus beneficios y compromisos bajo la óptica gerencial.

EXPO PYME 2016.

Regulaciones de la FDA.

Sesión actualización Global Gap.

Simposio para la Innovación.

SIVUCE 2.0 - su uso para Regímenes Especiales Grupo 1.

Taller de Empaque.

Taller de Logística y Técnicas de Negociación - Santa Cruz.

Taller Logística de Exportación - Turrialba.

Taller Propiedad Intelectual - Módulo 1, 2, 3 4 y 5

VUCE 2.0 Productos agrícolas y normas de origen, San Carlos.

Técnicas de negociación (Turrialba).

Técnicas de Negociación en evento nuestra Esencia.

VUCE 2.0 Importación y Exportación para PYMES.



## DIVULGACIÓN ESTRATÉGICA

# \$4.652.086

**PUBLICITY DE PROCOMER**

### **POSICIONAMIENTO EN REDES SOCIALES**

Publicaciones constantes de información de interés para el exportador en las distintas redes sociales, lo cual dio como resultado en un incremento de seguidores y más conocimiento de los servicios de la Promotora.



17.456  
seguidores



4.115  
seguidores



28.961  
reproducciones



2.555  
seguidores



1.165  
seguidores



Producción de **119 videos** acerca de servicios de PROCOMER, casos de éxito y distintas actividades de apoyo al exportador, estos videos obtuvieron en 2016 más 214.000 reproducciones entre Facebook y YouTube.



Se generaron y difundieron **445 alertas comerciales** sobre diversos temas en los diferentes mercados de interés de los exportadores nacionales.



Elaboración del libro **“100 historias de éxito de empresas licenciadas marca país”**: Recopila un extracto de historias de empresas que cuentan con la licencia esencial COSTA RICA por parte de PROCOMER y que pertenecen a los diversos sectores.



Creación, coordinación y ejecución de **208 eventos** nacionales e internacionales, en los cuales se promovieron los bienes y servicios nacionales.



**Misión de compradores (Buyers Trade Mission)**, una plataforma de consolidación de negocios con compradores internacionales. El evento se realizó en el Centro de Eventos Pedregal los días 27, 28 y 29 de setiembre.

**660** exportadores  
90% pymes

**329** compradores internacionales  
de más de 30 países

**30** empresas licenciadas marca país  
en pabellón especial

**+2000** visitantes

**11** asociaciones de empresarios  
de diversas regiones del país

**5.242** citas de negocios



# 20

## FERIAS INTERNACIONALES

FERIA	PAÍS	PARTICIPANTES
Canadian Aerospace Summit 2016	Canadá	6
China Education Expo	China	6
Feria de franquicias México 2016	México	10
Feria e-Commerce day 2016	Chile	3
Expocomer 2016	Panamá	13
Fancy Food Show 2016	Estados Unidos	14
Fruit Attraction 2016	España	9
Fruitlogística 2016	Alemania	16
Game Connection 2016	Estados Unidos	7
Feria Gulfood Dubái 2016	Emiratos Árabes Unidos	8
Heathly Products Summit 2016	México	4
International Floriculture Expo	Estados Unidos	3
Feria IPM Essen 2016	Alemania	3
Kidscreen Summit 2016	Estados Unidos	5
Feria Macfrut 2016	Italia	6
Midsize Enterprise Summit East 2016	Estados Unidos	9
Feria NAFSA 2016	Estados Unidos	10
Feria PLMA Holanda 2016	Holanda	4
PMA Orlando 2016	Estados Unidos	13
SHRM PROMED 2016	Estados Unidos	5
Feria Sial París 2016	Francia	14
Sial Shanghai 2016	China	5
Feria Siia 2016	Estados Unidos	1

# 15

## MISIONES COMERCIALES



### FERIA

### PAÍS

### PARTICIPANTES

PFF en el marco de IPM Dubai	Emiratos Árabes Unidos	3
Misión Feria Aerospace & Defense Supplier Summit	Estados Unidos	6
Misión de Suplidores a Centroamérica	Centroamérica	5
Misión de Servicios Chile	Chile	3
Misión de Franquicias a Guatemala	Guatemala	5
Misión Construcción a Perú	Perú	4
Misión Animación digital en Canadá	Canadá	5
Misión Alimentaria Perú	Perú	9
Misión Alimentaria Chile	Chile	8
Misión Alimentaria Centroamérica	Guatemala	8
Misión Alimentaria Canadá	Canadá	4
Misión Alimentaria a Corea	Corea	0
Misión Alimentaria a Colombia	Colombia	9
Misión Agrícola a Turquía	Turquía	1
Mercedes Benz Fashion Week Panamá	Panamá	9



47

# 22

## ESTUDIOS DE MERCADO

Mapeo del mercado de Israel.

Insumos para la industria alimentaria en Perú.

El sector hotelero en República Dominicana y su dinámica de compras.

El mercado de animación digital, videojuegos y apps en Colombia.

Oportunidades para la comercialización de puré de banano.

El sector de moda y diseño en Panamá y sus estrategias de comercialización.

Balance costo beneficio del régimen de Zonas Francas.

Tendencias y oportunidades en productos de cuidado personal para uso en spas

Colombia: análisis para la viabilidad para la comercialización de pastas, snacks, galletería y salsas.

Encadenamientos con la industria de dispositivos médicos en República Dominicana.

Oportunidades para el sector TI en México.

España: mercado potencial para alimentos saludables.

Turquía: potencial del mercado para frutas tropicales y alimentos procesados.

Oportunidades para la exportación de accesorios para mascotas, productos de cuidado personal y del hogar.

Agroquímicos en Nicaragua: oportunidades para su comercialización.

Modelos de negocio y canales de comercialización para el sector de diseño artesanal costarricense en Estados Unidos-Costa Oeste.

Tendencias e innovaciones en la industria alimentaria: Prospección feria SIAL.

Servicios Globales de Salud en Costa Rica.

Oportunidades en Corea del Sur para exportación de café, cacao, frutas frescas y procesadas.

Evaluación de la campaña nacional de Marca País.

Medición y análisis de empleo asociado a la actividad exportadora.

Procesamiento y análisis de estudio de la oferta exportable en las oficinas regionales.



### 3 Investigaciones:

- **Balance de las Zonas Francas:** Beneficio Neto del Régimen para Costa Rica 2011-2015.
- Mapeo sectorial de tecnologías digitales.
- Diez años de encadenamientos.



### Sistema Integrado de Logística:

La herramienta de facilitación del comercio exterior, utilizada para el envío de productos de exportación a mercados internacionales:

- **30.474 visitas**, 34% de crecimiento respecto 2015.
- **716 solicitudes** de cotizaciones.
- **261 oferentes** de logística.
- **106.169 visitas** desde su lanzamiento.



### E-commerce:

**103 empresas nacionales** están vendiendo a través de plataformas e-commerce, generando **US\$136.295**.

# 9.

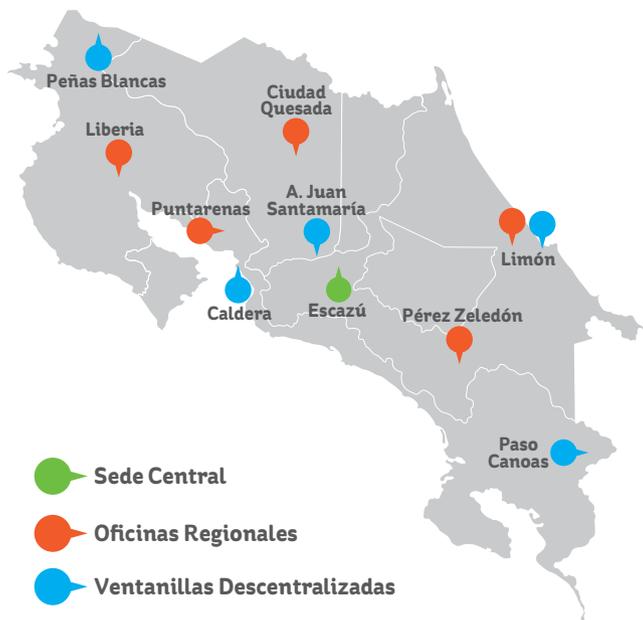
# Ampliar cobertura internacional

49



# 10. Cobertura

## EJECUCIÓN DE ESTRATEGIA REGIONAL:



**\$27.000.000**

en nuevos negocios regionales  
a agosto 2016

**125%**

crecimiento en  
relación a 2015

**\$750.000**

encadenamientos productivos  
a setiembre 2016

**400%**

crecimiento en  
relación a 2015

**3**

nuevos exportadores regionales  
6 de ellos exportan +12 millones  
a setiembre 2016

**100%**

crecimiento en  
relación a 2015

**1.656**

empresarios regionales identificados gracias  
al **mapeo de oferta exportable**, de las cuales **860** tienen  
potencial como nuevos exportadores.

**9**

empresas regionales **esencial** COSTA RICA.

# fuera de GAMA

51

## Mapeo de Oferta Exportable Regional:

El proyecto se realizó para conocer en detalle la oferta de productos y servicios disponibles en las distintas regionales del país, con los siguientes resultados generales:

- Se revisó una muestra de **4.000 prospectos**.
- Se seleccionó a **1.656 empresas**.
- En las regiones hay **864 empresas con potencial exportador**, estas se prepararán en 2017 para ser incluidas en la oferta exportable nacional.
- El mapeo arrojó que el **84% son pymes**.
- El 51% de las empresas con potencial **se localizan en 8 cantones**: San Carlos, Puntarenas, Coto Brus, La Cruz, Pérez Zeledón, Pococí, Esparza y Bagaces.

## Panel de Expertos: “Perspectivas del Cacao Costarricense, Región Huetar Caribe”

- **Panel de especialistas**, como parte del proyecto de desarrollo sectorial de cacao.
- **Mapeo de productores** para conocer oferta disponible.
- Participaron **+100 personas**.
- **Organizaciones involucradas**: MAG, productores, agroindustriales.
- Feria de exposición de productos con **19 stands**.
- Rueda de negocios con **3 compradores**: Café Britt, Brumas del Zurquí, y Costa Rica and Cocoa, que se reunieron con **9 suplidores** de la zona.

## Encuentros regionales:

1- RUEDA DE NEGOCIOS EN GUÁPILES (Región Caribe).

2- ENCUENTRO EMPRESARIAL SANTA CLARA (Región Huetar Norte).

15

empresas compradoras

53

pymes suplidoras



Impulso a la  
**competitividad**  
**país**



# 11.

# Desarrollo de

**128**  
**ENCADENAMIENTOS**



**91 suplidores** locales negociaron con  
**47 empresas** exportadoras por un monto neto de

**\$12.123.335**

## 9 Ferias de suplidores:

- Open house Vical
- Open house Arcelor Mittal
- Rueda de negocios Expopyme 2016
- Rueda de negocios Caribe
- Rueda de negocios feria Nuestra Esencia
- Rueda de negocios Tradeln, Cámara de Industrias
- Rueda de negocios encuentro empresarial Huetar Norte
- Rueda de negocios BTM 2016
- Rueda de negocios Vive la Madera

## Sectores exportadores + dinámicos:

Ciencias de la vida, electrónico y agroindustria. Los sectores locales más vinculados fueron empaque, metalmecánico y materias primas.

# encadenamientos

55



## Evaluación a **236** empresas nacionales:

Medición de desempeño en capacidad productiva, gestión empresarial, innovación, calidad y medioambiente. Aceleramiento de los encadenamientos productivos, proyectos de desarrollo y procesos de internacionalización directa.

## **34** proyectos de desarrollo con suplidores

de los cuales 10 son de zonas rurales

## Apoyo técnico para colocación de fondos:

Colocación de \$1.010.379 de fondos de Cooperación Alemana – GIZ. Emisión de criterio técnico que determine idoneidad de las certificaciones solicitadas para los mercados internacionales.

# 12.

# Promover la



**65**  
**NUEVAS EMPRESAS  
LICENCIADAS**

**160**  
**TOTAL EMPRESAS  
LICENCIADAS**

**Campaña nacional:** La esencia sos vos, todos somos *esencial* COSTA RICA

**42** Embajadas y consulados de Costa Rica en el mundo con presencia de marca país.

**30** Empresas *esencial* COSTA RICA en pabellón BTM 2016

**8** **Proyectos en conjunto:** AERIS, IMAS, COOPESERVIDORES, COPA, Air Costa Rica, Fedefut, Teletica, Ministerio Cultura.

**1850** Estudiantes universitarios capacitados

# Marca País

esencial  
COSTA  
RICA

57

## **II Foro de Marca País: Desarrollo y norte son sinónimos**

Participación de empresarios que reflejan los valores de la marca: Melopen, Platanera Río Sixaola, ManzaTé, FIFCO y Coopeservidores.

**Asistentes: 70 empresarios y prensa.**

## **Activaciones de marca:**

**22 a nivel nacional:** Congreso Innovación CICR, Art City Tour, Human Space Technology, ExpoPyme, Mercedes Benz Fashion Week San José, Valoarte, feria Nuestra Esencia, Media Maratón San José, Feria PYMES Alajuela Coopeservidores, I Congreso Nacional de Exportadores, Charla de Neuromarketing, Licenciamiento de Saint Jude School, Vive la Madera, etc.

**12 a nivel internacional:** Fruitlogística, KidScreen, Sial Shanghái, Fancy Food Show, PLMA, OCDE, Semana Costa Rica Miami, Inauguración centro de distribución Miami, Semana Costa Rica Corea, Sial París, Semana País España, City Nation Place.

# 13.

## Mejorar clima de negocios /



# 1.818

**TRÁMITES GESTIONADOS**

Para las empresas beneficiarias de regímenes especiales, incluyendo solicitudes de ingreso, modificaciones, permisos, informes anuales de operaciones, cartas y notificaciones.

**68 trámites de solicitudes de ingreso** al Régimen de Zona Franca y al amparo del artículo 20 bis de la Ley 7210 y sus reformas.

- **30 nuevas empresas comprometidas a:** realizar una inversión total de 32.776.571 y generar 2614 empleos nuevos.
- **19 empresas en 20BIS comprometidas a:** mantener una inversión nueva adicional total de 36.524.271 y generar 1904 empleos nuevos adicionales.
- **19 empresas trasladadas a categoría f) comprometidas a:** mantener una inversión nueva adicional total de 32.250.000 y generar 89 empleos nuevos adicionales.

# régimen de zona franca

59

Se gestionó la **revisión** de los siguientes informes:

RÉGIMEN	TOTAL REVISIONES*	INFORMES APROBADOS
Zona Franca	738	304
Perfeccionamiento Activo	133	51
TOTAL	871	355

\* El 98% de los informes al menos se revisan 2 veces, dado que lo presentan incompleto, se requiere aclaración de algunas cuentas o inconsistencias encontradas.

**562 funcionarios** de empresas beneficiarias fueron capacitados tras **11 sesiones de capacitación** en temas de: **Auditoría, Procedimientos Aduaneros e Informe Anual de Operaciones.**

**142 asesorías personalizadas** a empresas beneficiarias de regímenes especiales Informe Anual de Operaciones.

**Visita y capacitación a 6 empresas** fuera del GAM sobre posibilidades y condiciones detrás de los regímenes especiales: 3 de la Zona Norte, 2 en la región del Pacífico y 1 localizada en Guanacaste.

# 14.

## Simplificación de trámites

### **Ejecución de Plan de Mejora Regulatoria 2016:**

Sistema electrónico para la confección de solicitudes de Permisos de Exportación\* (Notas Técnicas).

### **13 proyectos de simplificación normativa:**

- Compendio de políticas de TI
- Reforma al reglamento de Marca País
- Políticas de formación especializada
- Reglamento de ferias
- Reforma al Reglamento de Oficinas de Promoción Comercial
- Modificación al Reglamento de Presupuesto
- Reforma al Compendio de Políticas de Gestión Humana
- Manual de Auditorías de empresas de Zona Franca
- Reglamento de Convenios de Cooperación
- Reforma Perfeccionamiento Activo
- Reforma Zona Franca
- Declaratoria de interés Público Ventanilla Única de Inversión (VUI)
- Reglamento Funcionamiento VUI

# y seguridad jurídica

61

# 35

## PROCESOS DESARROLLADOS:

Entre ellos el Registro Único de Exportador, Notas Técnicas, DUAs, Procesos generales entre los cuales se han implementado 10 funcionalidades generales del sistema como complemento de los procesos mencionados en los puntos 1, 2 y 3.

# 16

## INSTITUCIONES:

Se contó con la participación activa de los representantes de las 16 instituciones que participan en este proceso.

# 1491

## PERSONAS CAPACITADAS:

En el sistema VUCE 2.0. en 64 talleres de capacitación.

## Infraestructura de interoperabilidad:

Se avanza en el desarrollo de esta herramienta, la cual permite transferir y utilizar de manera uniforme y eficiente datos, información y documentos por medios electrónicos entre sistemas de información de empresas e instituciones. Simplifica los procesos y trámites de comercio exterior.



Durante el 2016, la Dirección de Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) generó los siguientes procesos y/o documentos:

**1.506** **Registros de exportación:** 482 nuevos y 1.024 renovaciones.

**335.638** **Notas técnicas tramitadas:** 14% tramitadas a través de VUCE 2.0.

**3.450** **Certificados** de libre venta



**578** Verificaciones de origen

**16.166**

**DUAS de exportación:** más de 20% realizados directamente (sin intermediarios) por las empresas exportadoras gracias a la capacitación de PROCOMER.

**47.043**

**Certificados de origen** de los acuerdos comerciales que exigen la certificación controlada.

# 15. Impulsar



Ganador del premio **"Best Trade Promotion Organization from a Developing Country"** por el modelo de Associative Models for Export.



# asociatividad

65

# +150

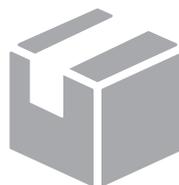
**EMPRESAS QUE OPERAN EN CONSORCIOS  
Y/O ASOCIACIONES FUERON ATENDIDAS**

## SERVICIOS



**CR BIOMED** - biotecnología  
**ASUCREI** - universidades  
**Central Gate** - servicios outsourcing  
**PROEDUCACR** - educación técnica  
**ESTILO COSTA RICA** - diseño y moda  
**CRAH** - animación digital y juegos

## BIENES



**UNIFLOR** - flor cortada  
**Costa Rica Aerospace**- aeroespacial  
**Costa Rica Food Group** - industria alimentaria  
**Pejibayes**  
**FLORCA**- variedad de plantas  
**Chayotes**

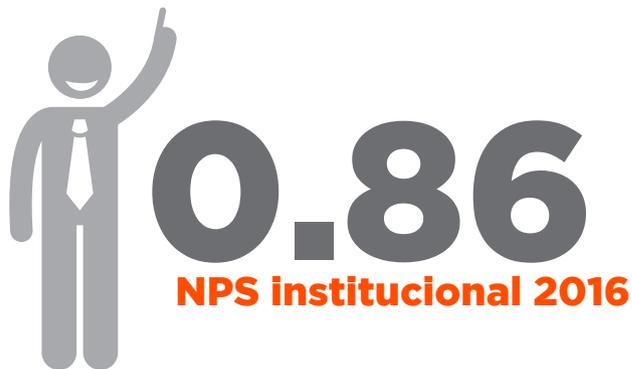


# Fortalecimiento institucional





# 16. Mejorar la



- Crecimiento de **0.8 puntos** con respecto al 2015 (0.78)
- Incremento de base de **clientes promotores** de 81% a **88%**
- Reducción de **clientes pasivos** de 17% a **10%**.

# eficiencia operativa

69



90%

Cumplimiento de planes operativos institucionales.



0.02%

Reducción de consumo papelería 2016 vs 2015.



0.21%

Reducción de consumo de telecomunicaciones.



0.07%

Reducción de consumo de electricidad.



100%

100% de cumplimiento de certificación ISO 9001.



100%

Cumplimiento de certificación C-Neutral.

# 17. Fomentar la



**11** PROYECTOS  
ADMINISTRADOS

**5** PROYECTOS  
TERMINADOS

- Centro de Distribución en Miami (CTC)
- Adopte una PYME
- BTM 2016
- e-commerce
- Reingeniería de ferias

# innovación

71

32



Procesos implementados con la política **cerro papel**, 22 de ellos de la Dirección de Regímenes Especiales y 10 internos.

18



Proyectos del departamento de Tecnologías de la Información (TI) en consolidación y actualización de **plataforma tecnológica interna**.



# 18.

## Potenciar alianzas y

100%



Ejecución de los Planes de Acción de  
**Alianzas Estratégicas**



TASDEER



.VÉRITAS  
UNIVERSIDAD



# convenios institucionales 73

## 3 proyectos desarrollados vía alianzas estratégicas:



### PROGRAMA DE GERENTES

Con apoyo de Cooperación Alemana GIZ.



### PRODUCTO CS - esencial

En alianza con Coopeservidores. A la fecha se han prospectado **150 empresas**.



### PROYECTO CERTEX

En alianza con Fundes, SBD, BCT y NSF. Actualmente, hay **25 empresas** con diagnóstico, plan de cierre de brechas y plan de inversión.

# 19. Desarrollar y



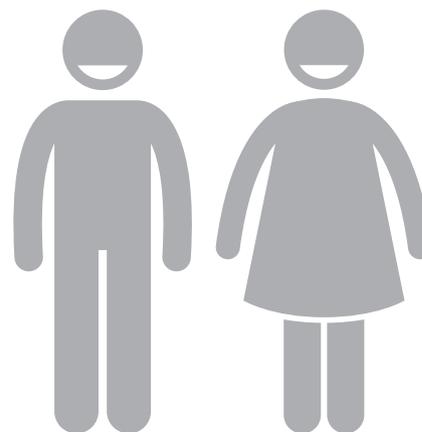
Encuesta de clima organizacional:

# 87%

De las plazas fijas, el 52% (93) son mujeres y 48% hombres (86).

Rango de Edad	F	M	Total
22-29	34	17	51
30-39	33	33	66
40-49	18	20	38
Mayor a 50	8	16	24
Total general	93	86	179

- **65%** de la población en edad menor o igual a 39 años.
- **Edad Promedio:** 37 años.



# mantener el talento

75



**200 FUNCIONARIOS**

**179** PLAZAS FIJAS

**17** CONTRATOS

**4** PASANTES



**2016**

memoria institucional



**TELÉFONO:** (506) 2505-4700 / 800-PROCOMER  
**FAX:** (506) 2505-4971  
**EMAIL:** info@procomer.com  
**WEB:** www.procomer.com  
**DIRECCIÓN:** Guachipelín, Escazú. Complejo Plaza Tempo, piso 3.

