

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**VICERECTORÍA DE GESTIÓN DE CALIDAD  
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**ANÁLISIS DEL USO DEL E COMMERCE PARA LA  
JOYERIA ARTESANAL COSTARRICENSE CON MIRAS A  
LA EXPORTACION AL MERCADO EUROPEO DURANTE  
EL PRIMER SEMESTRE DEL 2023**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**NOMBRE DE LA AUTORA**

**Débora Rebeca Cornejo Tomasino**

**NOMBRE DEL TUTOR**

**Alonso Fallas Salazar**

**San José, Julio, 2023**

## Tabla de Contenido

Tabla de Contenido .....	2
Índice de Tablas .....	9
Índice de Ilustraciones.....	10
Resumen Ejecutivo .....	11
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA .....</b>	<b>12</b>
Justificación .....	13
Objetivos.....	14
Objetivo general:.....	14
Objetivos específicos:.....	14
Antecedentes.....	15
Tesis internacionales .....	15
Tesis Nacionales .....	19
Proyecciones.....	24
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>26</b>
E commerce .....	26
Tipos de e commerce.....	27
Business to business B2B. ....	27
Business to consumer B2C. ....	28
Business to Employee B2E.....	28
Consumer to Business C2B. ....	28
Consumer to consumer C2C. ....	28
Elementos del E Commerce.....	30
Plataforma digital.....	30
La presentación de la página web .....	30

Secciones informativas.....	30
Método de pago.....	31
Características del E Commerce .....	33
Ventajas del E Commerce. ....	34
Desventajas del E Commerce. ....	35
Riesgos del Comercio Electrónico. ....	36
Desarrollo y Evolución del E Commerce en Costa rica.....	36
Aporte del E Commerce a las Empresas. ....	38
Principales Medios de Promoción en Línea .....	39
Ebay.....	39
Amazon.....	40
Shopify.....	40
Woocommerce.....	41
Redes Sociales más Influyentes .....	41
Instagram. ....	42
Facebook.....	42
Tiktok.....	43
Twitter.....	43
El papel del Marketing en el E Commerce.....	44
Medios de Pago para E Commerce .....	45
Las criptomonedas y Comercio Electrónico.....	46
¿Qué son las criptomonedas?.....	47
Análisis FODA sobre un negocio de E Commerce.....	47
El Marketplace .....	48
¿Qué es la inteligencia artificial?.....	49

Logística .....	50
Logística para el E commerce.....	50
UPS.....	52
DHL.....	52
FedEx.....	52
Joyería Artesanal.....	53
Historia de la Joyería artesanal .....	54
Joyería Artesanal Costarricense .....	55
Historia de la Joyería Artesanal en Costa Rica. ....	56
Evolución del sector joyero en Costa Rica. ....	57
Empresas exportadoras de joyería artesanal en Costa Rica.....	57
Rosario Ramírez.....	57
Gato Negro.....	58
AHM.....	59
Milagro Cascante.....	60
Países Importadores de Joyería Artesanal .....	60
Principales Países Productores de Joyería Artesanal .....	61
El Mercado Europeo .....	62
Exportación.....	63
Tipos de Exportación.....	64
Exportación definitiva. ....	64
Exportación temporal. ....	64
Principales Productos que se Exportan al Continente Europeo.....	65
El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica.....	67
Demanda de Joyería Artesanal en Europa.....	69

Requisitos para Exportar al Mercado Europeo .....	69
La factura comercial.....	71
Lista de empaque.....	72
Pedimento de exportador. ....	72
Certificado de origen. ....	72
Documento de transporte.....	72
Aspectos importantes para la exportación de joyería artesanal costarricense al mercado europeo. ....	74
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>77</b>
Enfoque .....	77
Enfoque (cualitativo).....	77
Diseño (Cualitativo).....	77
Población y Muestra.....	78
Población .....	78
Muestra. ....	79
Unidades de Análisis (cualitativa) .....	81
Instrumento (cualitativo) .....	84
Proceso de recolección de datos (ambos tipos de investigación) .....	86
Fuentes de Información (ambos tipos de investigación) .....	87
Fuente Primaria.....	87
Fuente Secundaria .....	88
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>89</b>
Unidad de Análisis 1. Implicaciones.....	90
Categoría 1: Competitividad.....	90
Descripción: .....	90

Análisis: .....	91
Categoría 2. Confiabilidad.....	92
Descripción: .....	92
Análisis .....	92
Categoría 3: Menor inversión .....	93
Descripción: .....	93
Análisis .....	94
Categoría 4: Más accesibilidad para el sector.....	94
Descripción: .....	94
Análisis .....	95
Categoría 5: Sector retador .....	96
Descripción: .....	96
Análisis .....	96
Categoría 6: Estafas.....	97
Descripción: .....	97
Análisis .....	97
Unidad de Análisis 2. Impacto.....	98
Categoría 1: Crecimiento económico .....	99
Descripción: .....	99
Análisis .....	99
Categoría 2: Más demanda .....	100
Descripción: .....	100
Análisis .....	100
Categoría 3: Divisas .....	101
Descripción: .....	101

Análisis .....	102
Categoría 4: Medios de promoción .....	103
Descripción: .....	103
Análisis .....	103
Categoría 5: Inversión y desarrollo del sector .....	104
Descripción: .....	104
Análisis .....	104
Unidad de Análisis 3. Requisitos .....	105
Categoría 1: Inscribirse como exportador .....	106
Descripción: .....	106
Análisis .....	106
Categoría 2: Factura comercial .....	107
Descripción: .....	107
Análisis: .....	108
Categoría 3: Packing list.....	109
Descripción: .....	109
Análisis .....	110
Categoría 4: Certificados de origen.....	110
Descripción: .....	110
Análisis .....	111
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	112
Conclusiones.....	112
Recomendaciones .....	114
CAPÍTULO VI. PROPUESTA .....	117
Objetivos.....	117

Objetivo General: .....	117
Objetivos Específicos: .....	117
Propuesta .....	117
Bibliografía.....	123
Anexo .....	130

**Índice de Tablas**

Tabla 1. Muestra .....	80
Tabla 2. Cuadro de Unidades .....	82
Tabla 3. Unidades y Categorías de Análisis.....	89

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Imagen E Commerce .....	27
Ilustración 2. Tipos de E Commerce.....	29
Ilustración 3. Elementos del e commerce.....	32
Ilustración 4. Características del E Commerce.....	34
Ilustración 5. Estado y Uso de los medios Tecnológicos en Costa Rica .....	38
Ilustración 6. Shopify vs WooCommerce .....	41
Ilustración 7. Red Social más utilizada en Costa Rica.....	43
Ilustración 8. Medios de Pago E Commerce .....	46
Ilustración 9. logística E Commerce.....	51
Ilustración 10. Empresas de logística.....	53
Ilustración 11. Piezas Joyería Artesanal.....	54
Ilustración 12. Emprendimiento Gato Negro .....	59
Ilustración 13. Países de Europa.....	63
Ilustración 14. Exportación Banano.....	66
Ilustración 15. Acuerdo de Asociación UE - Centroamérica .....	68
Ilustración 16. Ejemplo de factura comercial.....	71
Ilustración 17, La cadena logística .....	73
Ilustración 18. Portada .....	118
Ilustración 19. Pasos para promocionarse .....	118
Ilustración 20. Medios de pago.....	119
Ilustración 21. Redes Sociales .....	120
Ilustración 22. Joyerías artesanales costarricenses .....	120
Ilustración 23. Requisitos para exportar.....	121
Ilustración 24. Por qué exportar a Europa.....	122

## **Resumen Ejecutivo**

Este trabajo de investigación llamado “Análisis del e commerce para la joyería artesanal costarricense con miras a la exportación al mercado europeo” tiene como objetivo general, “Analizar el uso del e commerce en la joyería artesanal costarricense con miras a la exportación al mercado europeo” y como objetivos específicos: “Determinar las posibles implicaciones del e commerce para la joyería artesanal costarricense.”, “Investigar el posible impacto que tendría para el país el crecimiento de las exportaciones de joyería artesanal al mercado europeo.”, e “Identificar los requisitos para la exportación de joyería artesanal costarricense hacia el mercado europeo.”

A lo largo del presente trabajo de investigación se fueron desarrollando diferentes términos relacionados con e commerce, joyería artesanal y factores sobre el mercado europeo, los tratados o acuerdos que existen para comerciar entre estas regiones en estudio. Esto con el fin de que las personas que deseen tomar como referencia o simplemente quieran conocer un poco sobre el tema tengan un mayor entendimiento de este. En dicha investigación se utilizó el enfoque cualitativo, ya que este permite recopilar información más explicativa del tema en estudio.

Las entrevistas desarrolladas fueron aplicadas a personas con total conocimiento del tema en estudio, por lo que la información recopilada es completamente certera, los individuos considerados son empresarios comerciantes de joyería artesanal costarricense, también laboradores de entidades como la Promotora de Comercio Exterior y la Cámara de Comercio Exterior. También se tomó en cuenta expertos en marketing y las respuestas obtenidas, se desglosaron ciertas categorías expuestas en este proyecto

A raíz de las unidades tales como las implicaciones del e commerce para la joyería artesanal tica, el impacto hacia al país por incremento en la exportación de estos bienes y por ultimo los requisitos para las exportaciones a este destino, desglosándose categorías sumamente interesantes y útiles. Finalmente, se obtuvieron conclusiones y se plantearon las recomendaciones a ciertas entidades públicas y las empresas del sector, y dadas las limitantes se dio una propuesta que será de mucha ayuda para todos los emprendedores que lo deseen tomar en cuenta.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

Costa Rica es un país que ha ido avanzando conforme ha ido pasando el tiempo, sin embargo, hay algunos sectores que aún se encuentran muy rezagados, quizás porque no son del suficiente conocimiento del consumidor, ya que no logran promocionarse de la manera correcta, o bien se puede dar el caso que en estos nuevos tiempos la población busca comprar o adquirir bienes y servicios de una manera diferente a como se hacía en tiempos anteriores, la globalización ha dado pie para que día con día se vayan desarrollando nuevas maneras de como los negocios venden u ofrecen sus productos.

Si bien es cierto el mercado de la joyería artesanal costarricense ha ido incrementando, actualmente, son más los negocios que se dedican al comercio de este tipo de accesorios. El sector joyero ha presentado muchos desafíos más aun cuando surgió la problemática a raíz de la Covid-19, ya que muchos de los emprendimientos sufrieron las consecuencias de la pandemia, ya que para nadie es un secreto que con ello se dio un rezago económico y cierre de muchas empresas.

Debido a lo mencionado anteriormente los comercios comenzaron a buscar alternativas, que les generaran un beneficio rentable para sostener sus empresas en el mercado ya que claramente debido a todas medidas sanitarias las personas ni siquiera podían salir de sus hogares por y en el caso que lo hicieran debían seguir con una serie de restricciones impuestas por el gobierno por lo que difícilmente irían a una tienda a comprar accesorios o artículos relacionados con estética.

Es por ello el e commerce se vislumbra como una mejor alternativa aunado a prescindir de un local físico a “vender por Internet” los emprendedores ven mucho más rentable abrir una página y promocionar sus productos a través de las redes sociales o páginas web, antes que ir y realizar el papeleo para crear una tienda; sin embargo, es importante destacar que no toda la población tiene el acceso necesario o bien saben manejar adecuadamente diferentes las plataformas. El comercio electrónico tiene muchísimas ventajas, a saber, porque es accesible para cualquier individuo que tenga acceso a Internet.

Además de lo ya mencionado, a través del comercio electrónico se puede llegar a cualquier país del mundo sin tanto esfuerzo, pero cabe destacar que Costa Rica no es un país

tan desarrollado lo que puede provocar que no se esté explotando al máximo el provecho que puede resultar de un debido manejo del comercio electrónico o bien de la promoción, de la tecnología o marketing en si hacia mercados exteriores, además de esto también se han dado casos donde las personas no saben darle un buen enfoque al e commerce.

Dada la problemática mencionada anteriormente es importante medir si los joyeros artesanales costarricenses podrían conquistar el mercado europeo, a través del comercio electrónico, sin tanto problema y así de esta manera aumentar su demanda y así obtener un beneficio mayor. Por lo tanto, se establece la siguiente pregunta de problema. ¿Cuál es el análisis para el uso del e commerce para la joyería artesanal costarricense con miras a la exportación al mercado europeo?

### **Justificación**

Por medio de la presente se pretende investigar el análisis del e commerce para la joyería artesanal costarricense con miras a la exportación hacia el mercado europeo. En Costa Rica este sector ha incrementado potencialmente en los últimos años, las personas en su búsqueda por colocar algún negocio han visto como toda una oportunidad rentable comerciar joyería artesanal, sumado a que el país cuenta con gran mano de obra capacitada para la fabricación de dichos accesorios.

La cámara de industrias de Costa Rica ha sido un gran apoyo para que este sector de la joyería artesanal crezca cada vez más, son muchas las mujeres costarricenses que están dedicadas en esta área, porque han apostado todo por salir adelante con los diferentes proyectos y han visto el potencial que se podría llegar a tener si sigue al paso que se va. Muchos emprendedores han visto en el comercio electrónico una oportunidad de competitividad y uno de los aspectos más positivos de este medio de promoción es que se puede llegar a cualquier parte del mundo sin realizar una inversión exagerada.

Sin lugar a dudas la globalización ha venido a demostrar que el mundo digital es cada vez más factible, no es necesario tener una tienda física para poder vender hoy, basta con tener acceso a Internet para que una persona pueda comerciar lo que se le ocurra, incluso tiene muchas más ventajas como por ejemplo acaparar la demanda de cualquier mercado del mundo. El continente europeo es sin duda uno de los mercados más atractivos para exportar

estos accesorios. Las mujeres europeas se suelen conocer como personas que les gusta lucir sus alhajas extravagantes por lo que esto lo convierte aún más en un destino atractivo.

Costa Rica ha reportado en los últimos 5 años la tendencia al aumento que ha habido en las exportaciones de joyas, sin embargo, esto no quiere decir que no haya carencia de competencia, al contrario, hay potencias como México que se encuentra en la cima como productores de joyas. Es claro que regiones como la mencionada pueden ser un gigante competidor para el territorio nacional pero basta con que las empresas costarricenses le den un buen manejo al marketing digital para que así puedan sacarle el mayor provecho al comercio electrónico.

La exportación de joyería artesanal costarricense a Europa puede llegar a ser un gran impulso para la economía del país. Es necesario analizar el impacto que puede llegar a tener el uso adecuado del e commerce, es importante determinar si este rubro puede realmente impulsar el comercio, las empresas ticas deben tomar el riesgo de aprovechar lo que el mundo digital les ofrece, hoy día el comercio electrónico ha logrado grandes avances incluso para pequeñas empresas.

Con el proyecto de investigación se pretende analizar el potencial que el comercio electrónico puede darle a los joyeros artesanales costarricenses para que así logren conquistar los mercados europeos y se incremente la demanda, también se busca determinar los posibles beneficios y desventajas que el e commerce puede traer al sector en estudio y de la misma manera evidenciar los requisitos que se necesitan para poder llevar a cabo dicha exportación.

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

Analizar el uso del e commerce en la joyería artesanal costarricense con miras a la exportación al mercado europeo.

### **Objetivos específicos:**

Determinar las posibles implicaciones del uso del e commerce para la joyería artesanal costarricense.

Investigar el posible impacto que tendría para el país el crecimiento de las exportaciones de joyería artesanal al mercado europeo.

Identificar los requisitos para la exportación de joyería artesanal costarricense hacia el mercado europeo.

Crear una página web con información relevante sobre temas relacionados al comercio de joyería artesanal costarricense vía online

### **Antecedentes**

#### **Tesis internacionales**

La primera tesis internacional consultada es la de (Guerrero Núñez, Dalmasí Rodríguez , & Capellán De la Cruz , 2018) con el tema “Análisis De La Competitividad Internacional Y Comportamiento De Las Exportaciones Del Sector De Zona Franca De Joyería En Rep. Dom., Periodo 2012-2017”, La realiza para la Universidad APEC y opta por el grado académico de Licenciatura en Negocios Internacionales.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la competitividad internacional y comportamiento de las exportaciones del XII sector de joyería en las zonas francas de la República Dominicana, período 2012- 2017.y los siguientes Objetivos Específicos: “Examinar el comportamiento de las exportaciones del sector Zona Franca de Joyería dominicano en el período 2012- 2017” y “Comparar el sector de joyería de las zonas francas dominicanas versus el de Costa Rica, en el período 2012-2017”

La metodología que se emplea es la cualitativa la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “Al comparar el sector de joyería en las zonas francas dominicanas versus Costa Rica, la República Dominicana tiene no solo ventajas, sino, que también está por encima de Costa Rica en este sector. Aun siendo Costa Rica uno de los países más atractivos de inversiones extranjeras, este sector no recibe el número necesario para alcanzar la cifra que la República Dominicana recibe al año”.

Para lo anterior se recomienda: “De igual manera, le recomendamos al gobierno de la República Dominicana, junto con las instituciones gubernamentales y privadas que están

vinculadas al sector de joyería en las zonas francas, de involucrarse e invertir más en este sector. Este es un sector prometedor cuando tiene los impulsos que necesita. Invertir de una manera más objetiva, permitiéndoles participar en las ferias internacionales, de realizar misiones comerciales de puerta en puerta (o más bien de negocio en negocio) y así atraer más clientes a este sector y posiblemente a otros más”

El mercado europeo es muy atractivo, su régimen lo hace una región bastante accesible para los países. Costa Rica es un país que tiene mucho que ofrecer, en los últimos años ha buscado en conjunto con las cámaras de comercio y los productores la manera de incentivar la venta de los accesorios relacionados a la joyería artesanal, varios estudios realizados han evidenciado que gran parte de la mayoría de los beneficiados en muchas ocasiones son mujeres lo que a su vez está contribuyendo a que las pequeñas emprendedoras además de ofrecer talento y contribuir al desarrollo de este sector potencial.

La segunda tesis internacional consultada es la de (Muñoz Sierra & Torpoco Camasca, 2020) con el tema “Proceso de producción de la joyería de plata peruana para la exportación hacia Estados Unidos, Lima 2020”, la realiza para la Universidad Cesar Vallejo y opta por el grado académico de Licenciatura en Negocios Internacionales.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: “Determinar si existe relación entre el proceso de producción y las exportaciones 4 de joyería de plata peruana hacia EE. UU, Lima 2020.” y los siguientes Objetivos Específicos: “Determinar si existe relación entre el nivel calidad en el proceso de producción de los artesanos y las exportaciones de joyería de plata peruana hacia EE.UU, Lima 2020” y “Determinar si existe relación entre las decisiones estratégicas del proceso de producción de los artesanos y las exportaciones de joyería de plata peruana hacia EE.UU, Lima 2020.”, por ultimo “Determinar si existe relación entre las decisiones de operación en el proceso de producción de los artesanos y las exportaciones de joyería de plata peruana hacia EE.UU, Lima 2020.”

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: “Con respecto al objetivo general, se determinó

que si existe una relación significativa entre el proceso de producción de la joyería de plata peruana y la exportación hacia Estados Unidos, Lima 2020; por lo cual se concluyó que si hay una buena producción de la joyas el artesano puede incrementar sus exportaciones y así mejorar sus ingresos y su calidad de vida invirtiendo para seguir produciendo.”

Para lo anterior se recomienda: “En el presente trabajo de investigación recomendamos que los artesanos exportadores de joyas conozcan bien las preferencias y las exigencias del mercado al cual quieran exportar, asimismo incentivarlos a promover la cultura a través de la realización de la joya dándole un valor agregado que identifique al artesano como su marca personal y que sea más fácil de reconocer por los clientes.”

Se dice que el sector de la joyería artesanal tiene bastante competencia, México es una de los principales productores y exportadores de estos productos, pero Costa Rica no se queda atrás, hace algunos años este mercado específicamente no estaba tan desarrollado pero en la actualidad se ha dejado claro que el país posee mucho talento, además de que la región costarricense aparte de ofrecer una excelente calidad es interesante para los mercados exteriores ya que es muy llamativa en cuanto a cultura se refiere.

La tercera tesis internacional consultada es la de (Honores, 2021) con el tema “La incidencia de la innovación en la exportación de joyas de plata, Perú (2015-2019)”, la realiza para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y opta por el grado académico de Magister en Administración.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: “Determinar de qué manera incide la innovación en la exportación de joyas de plata. Perú. 2015, 2016, 2017, 2018, 2019.” y los siguientes Objetivos Específicos: “Determinar la incidencia de innovación en producto en la exportación de joyas de plata en el Perú” y Determinar la incidencia de innovación en procesos comerciales en la exportación de joyas de plata en el Perú.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, “Se observó asociación directa entre innovación en desarrollo de productos y procesos de negocio con las exportaciones reportadas en los años 2015 y 2019, mostrando la demanda de mecanismos que permitan innovar con

proyectos de manera transversal, para obtener mayor probabilidad de éxito de las empresas en relación a sus exportaciones.”

Para lo anterior se recomienda, “El empresario debe capacitarse en el manejo de la tecnología digital, con el fin de administrar correctamente el uso y procesamiento de datos.”

Se han dado muchos casos que hay ocasiones que los empresarios desconocen o bien del todo no saben que las redes sociales sirven además de como entretenimiento como un medio de venta que puede llegar a ser muy exitoso, la tecnología y su manejo no es difícil para las personas jóvenes pero si bien es cierto no es el mismo caso para otra persona que ya sea mayor y tenga una tienda y no sepa de estos medios de promoción, es por ello que es tan importante la capacitación y el acompañamiento en estos procesos.

La cuarta tesis internacional consultada es la de (Molina, 2020) con el tema “Plan De Negocio Para La Implementación De Un Ecommerce Para La Producción Y Venta De Bisutería Artesanal”, la realiza para la Universidad Antonio Nariño y opta por el grado académico de Licenciatura en la facultad de ciencias económicas y administrativas.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: “Diseñar un plan de negocio enfocado en la venta on-line de bisutería artesanal.” y los siguientes Objetivos Específicos: “Identificar el mercado meta al cual nos enfocaremos.”, “Definir y estructurar el e-commerce para las ventas.” y “Elaborar el estudio técnico y operacional para analizar la viabilidad y éxito del proyecto.”

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “De esta misma forma podemos evidenciar que gracias al plan operativo no requiere de gran estructura para comenzar a operar con un crecimiento estable, así mismo, se determinó que, a través de la estructura organizacional, se determinaron las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales podemos hacer frente aplicando las estrategias correspondientes.”

Para lo anterior se recomienda “Como sugerencias a futuros proyectos similares de bisutería artesanal, se debe estar al tanto de la tendencia, innovación y moda, pero nunca

dejar de lado la historia de las culturas precolombinas y de nuestros antepasados, además del uso correcto de algunos recursos naturales que nos ofrece la tierra, aplicando historia a cada accesorio realizado. Así mismo estar al tanto de los constantes cambios en las tendencias digitales y de mercado.”

Algo que se destaca bastante en este mercado de la joyería artesanal es el hecho de estar actualizado, la innovación es muy importante, sin embargo, también se destaca la importancia de que nunca se pierdan las costumbres o bien que siempre los productos que se vendan tengan la marca país es decir algún elemento que haga que haga el accesorio evidencie que fue fabricado en dicho país para que así no se erradiquen las historias o costumbres que destacan la región.

### **Tesis Nacionales**

La primera tesis nacional consultada es la de (Morera, 2020) con el tema “Analizar las principales limitaciones y alcances del BAC San José, en cuanto a la oferta de herramientas tecnológicas para que los negocios realicen el E-commerce para todos sus clientes durante el tercer cuatrimestre del 2020”, la realiza para la Universidad Latina de Costa Rica y opta por el grado académico de Licenciatura en Administración de negocios

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: “Analizar las herramientas tecnológicas de ecommerce que ofrece el Bac San José como producto para las empresas del área de Cartago” y los siguientes Objetivos Específicos: “Determinar la percepción de las herramientas tecnológicas de e-commerce que ofrece el BAC San José oficina de Cartago para las empresas de esta área.” “Evaluar la importancia en la toma de decisiones del consumidor final de las empresas estudiadas en el área de Cartago sobre el pago con herramientas tecnológicas de ecommerce que ofrece el BAC San José.” “Describir las herramientas tecnológicas y de e-commerce que ofrecen la competencia para empresas en el área de Cartago.”

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “La mayoría de comerciantes prefiere el realizar el comercio a través de las redes sociales, ya que dicen ser el canal más sencillo para integrar

el marketing digital con el e-commerce. Además, los costos de operación a través de tiendas por medio de redes sociales son muy bajo, sin embargo, esto presenta oportunidad para empresas como el BAC para promover sus herramientas como lo son compra click y 2 móvil. Tal y como lo indica Shum (2019) las redes sociales y el marketing digital permiten una integración directa con el comercio electrónico y una comunicación directa con los clientes.”

Para lo anterior se recomienda “Se insta a las empresas a vender por medio de sus redes sociales con alguna herramienta de cobro como compra-click o 2móvil. Esto con el fin de aprovechar que las personas prefieren no ir a comercios por temor al contagio del virus o bien por las restricciones sanitarias, que afectaron el tránsito de sus clientes en el local. Estos medios coadyuvan a las empresas a tener un mayor alcance, es decir a llegar a mercados, lugares, donde antes no podían por una barrera de tiempo o distancia, tal como lo menciona Shum (2019). La integración es directa y permite brindar un mejor servicio al cliente al estar 24/7 disponible por medio de estos canales. Esto brinda a las empresas un beneficio hacia la disminución de clientes que van a sus locales.”

El e commerce es una herramienta que se ha vuelto muy factible para cualquier negocio como bien se evidencia y se menciona las personas prefieren realizar sus compras en línea antes que ir a una tienda a “perder el tiempo” ya que para ello deben considerar muchos factores para poder ir hasta el lugar donde se ubique el local respecto lo que deben comprar, también a pesar de que este medio de venta y comercio es muy satisfactorio hay que tener en cuenta los peligros que se pueden presentar ya que se presentan algunos casos de estafa esto bien por no utilizar los medios de pago correctos.

La segunda tesis nacional consultada es la de (Brown, 2022) con el tema “Estrategias de e-commerce por medio de un análisis FODA para la empresa Roche Servicios S.A. en la Aurora de Heredia, durante el periodo 2021-2022.” la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura en Administración del Comercio Exterior

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: “Establecer estrategias de e-commerce por medio del análisis FODA, para la empresa Roche Servicios S.A. en la Aurora de Heredia, durante el periodo 2021-2022.” y los siguientes Objetivos Específicos: “Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, mediante un

análisis de los entornos internos y externos, generando un análisis FODA con sus respectivas estrategias de e-commerce para el periodo 2021-2022.” “Proponer estrategias de e-commerce adecuadas para Roche Servicios S.A. para el periodo 2021-2022.”

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “Como consecuencia de la pandemia, se está experimentando una revolución tecnológica acelerada; todos los procesos están experimentando la transformación digital y es crítico que los negocios sepan aprovechar los cambios para prevalecer. Esta nueva tecnología está adquiriendo gran importancia, debido a que las empresas están teniendo una presencia electrónica básica sobre la red global abierta, aprendiendo de la experiencia, siendo gradualmente más sofisticadas en el uso que hacen de las tecnologías. “

Para lo anterior se recomienda “La tecnología ha tenido un papel importante en el proceso de e-commerce, se recomienda mantener mecanismos de respuesta inmediata a consultas referentes a los pedidos con el uso de inteligencia artificial como los chatbots; los cuales brindan mensajes instantáneos ante consultas de los clientes; o bien, aprovechar las tecnologías para hacer inteligencia de mercado”

Los avances de la tecnología y la globalización han permitido que los seres humanos tengan un acceso más fácil. Muchos de los comercios que han surgido en los últimos años no solo cuentan con las ventas en puntos físicos sino también han optado por el comercio electrónico que les han abierto muchas puertas incluso han conseguido conquistar los mercados exteriores y de esta manera han aumentado su demanda haciéndolos cada vez más potenciales.

La tercera tesis nacional, consultada es la de (Montero Navarro , Morales Elizondo , & Ramirez Rodriguez , 2019) con el tema, “El E-Commerce como facilitador del Comercio Exterior de las pymes del Sector Moda Sostenible. Retos se las pymes costarricenses” realizada para la Universidad de Costa Rica y para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior.

Esta investigación desprende el siguiente Objetivo General: “Analizar el E-Commerce como facilitador del comercio exterior de las pymes del sector toda sostenible para su aprovechamiento por parte de las pymes costarricenses a través de un estudio descriptivo” y los siguientes Objetivos Específicos: “Conocer el entorno Commerce como canal dinamizador del comercio exterior y su alcance en el proceso de internacionalización de las pymes del sector moda sostenible, Valorar las prácticas actuales en E-Commerce de las pymes sector moda sostenible como canal para la comercialización interna de sus productos. utilizando con caso de estudio las pymes, Diagnosticar los principales retos para la exportación de las pymes del sector de moda sostenible en el uso del E-Commerce, enfatizando la experiencia costarricense, Sistematizar los elementos estratégicos que las pymes del sector moda sostenible requieren en el aprovechamiento del E-Commerce como facilitador del comercio exterior, teniendo en cuenta la experiencia de las pymes costarricenses.”

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: “Sin duda el E-Commerce tiene una evolución exponencial dentro del comercio internacional abriendo fronteras y conectando mercados. En sí, E-Commerce engloba más que una simple transacción económica por medios digitales, requiere acciones antes, durante y después de la compra.”

Para lo anterior se recomienda “Si bien es cierto, el E-Commerce juega un papel importante para el acceso a nuevos mercados, se requiere invertir en el desarrollo de habilidades y herramientas digitales que permitan un aprovechamiento de los beneficios de dicha herramienta.”

El E commerce tiene un potencial muy significativo y sin duda pueda hacer crecer cualquier negocio si este se lo propone pero como todo en la vida nada trabaja por sí solo, se requiere que los interesados en explotar el mejor provecho al internet a través de la inversión y educándose cada vez más, es decir hay que ir un paso más allá de la globalización que cada día exige más, que da oportunidades de crecimiento haciendo la vida cada vez más sencilla pero también trabajando más por las aperturas al mercado.

La cuarta tesis nacional consultada es la de (Ruiz Montero & Tenorio Calderon , 2018) con el tema “El clúster de moda Estilo Costa Rica. La inserción al mercado del comercio electrónico” la realiza para la Universidad Nacional de Costa Rica y opta por el grado académico de Licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Política Comercial.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: “Proponer una estrategia comercial para la inserción del clúster de moda Estilo Costa Rica al mercado de comercio electrónico.” y los siguientes Objetivos Específicos: “Determinar los antecedentes y el contexto general en el que están inmersas las diferentes empresas que son miembros del clúster de moda para poder incursionar en el mercado de comercio electrónico.”, “Elaborar un diagnóstico y un mapeo de la situación de las empresas, dentro del consorcio Estilo Costa Rica, durante los años de 2015 a 2017.” “Demostrar el punto de enlace entre la creación del consorcio y la inserción en el comercio electrónico, que evidencie la necesidad de incursionar en estas nuevas modalidades de mercado.” “Elaborar la estrategia para la inserción del consorcio al mercado de comercio digital, con el objeto de que las empresas involucradas puedan incursionar, con más facilidad, durante los periodos de estudio.”

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, “Con relación al comercio electrónico, se concluyó que, con los avances en la tecnología, principalmente en las tecnologías de la información, la forma tradicional de hacer negocios ha sido afectada, poniendo sobre la mesa una alternativa como lo es el comercio digital. Esto se ha agudizado con los avances en la creación de celulares, laptops, móviles y pantallas inteligentes, entre otros, lo cual ha modificado las transacciones comerciales físicas en algo más virtual, y posibilita las compras globales al instante. Los lugares, con mayor proliferación del a comercio electrónico han sido Europa, Asia y los Estados Unidos, siendo los más rezagados América Latina y África.”

Para lo anterior se recomienda “Habiendo identificado los beneficios y la reducción de costos que esta estrategia puede brindar a las pequeñas y medianas empresas, se insta a que éstas participen en capacitaciones afines y que busquen el apoyo pertinente para que

puedan surgir en el mercado. Así 164 como dos naciones pueden cooperar y obtener beneficios de esto, de la misma manera lo pueden realizar las empresas interesadas. El fin último del trabajo es ayudar a que los emprendimientos en el país tengan más éxito tanto en el mercado nacional como internacional.”

Dado el criterio anterior, se puede determinar que, con el avance de la tecnología y la globalización, se han modificado las maneras de comerciar, el mundo como es ahora arraigado a la innovación, cada día el consumidor el más exigente en cuanto a lo que compra y con ello su manera de comprar, ahora las personas están acostumbradas a adquirir los productos desde la comodidad de su casa y dado el mismo avance tecnológico a través de medios muy satisfactorios y seguros.

### **Proyecciones**

- ❖ Se pretenderá determinar las posibles implicaciones del e commerce para la joyería artesanal costarricense. Es claro que, así como se pueden obtener beneficios también existen desventajas, por lo que es importante conocer cuáles pueden ser los posibles puntos tanto positivos como negativos, las amenazas que se pueden presentar en el proceso, vivencias que también se podrán evidenciar por medio de las experiencias de los empresarios ya sustentados en este mercado.
- ❖ Se investigará el impacto que tendría para Costa Rica el crecimiento de las exportaciones de joyería artesanal al mercado europeo, cuál será la rentabilidad de que el país conquiste la demanda de los europeos, que beneficios dejará para el territorio nacional, incluso se valorará la posibilidad de que Europa en un futuro se vea interesada en invertir en este sector para que así los fabricantes puedan ir cada día desarrollándose más y expandiéndose hacia otros mercados.
- ❖ Se identificarán los requisitos, permisos o trámites que necesita una persona o empresa dedicada al comercio de joyería artesanal para poder

exportar dichos productos al continente europeo, esto con la idea de brindar a los interesados información que probablemente aún no se ha expuesto o a la cual no tienen un fácil acceso y que incluso puede llegar a ser una de las razones por las cuales no se han lanzado a ofrecer dichos complementos a otros mercados extranjeros.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **E commerce**

De acuerdo con Higuerey (2019) se define como comercio electrónico.

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce, tiene como principal característica la actividad económica que permite el comercio de compra y venta de productos y servicios a partir de medios digitales, como, por ejemplo, páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Por medio de la internet, los clientes pueden acceder a diversas marcas, productos y servicios en todo momento, en cualquier lugar. (párr.2)

Como bien se define, el comercio electrónico es la venta online de productos, a la cual cualquier persona del mundo puede tener acceso. En un mundo tan globalizado como en el que se vive hoy día, esta es la forma de comercializar que están adoptando los nuevos negocios. Con tan solo tener la accesibilidad a Internet en la actualidad las personas pueden navegar en las redes o páginas web y de esta manera enterarse que X persona o tienda tiene Y producto disponible y si lo desea puede comprarlo tan solo poniéndose en contacto con ellos y realizando la transferencia de dinero.

Desde hace 4 años que inició la pandemia de la Covid-19, el comercio electrónico tuvo un inminente cambio. A raíz de la gravedad de la enfermedad causada por este virus, el mundo entero se vio en la necesidad de practicar el toque de queda, por lo que fue bastante irregular para todas aquellas personas que estaban acostumbrados a una rutina fuera de casa, por lo que el estrés y el confinamiento obligado los llevo obligados a practicar las compras en online, incluso de productos de primera necesidad, lo que a su vez provoco que en aquel entonces hubiera cierto desabastecimiento de algunos bienes en particular, hasta llegar a causar la famosa crisis de contenedores.

### Ilustración 1. Imagen E Commerce



Fuente: (Cunningham, 2019)

#### **Tipos de e commerce**

El E commerce es tan importante hoy día, muchas personas han encontrado la facilidad en este medio de venta, por lo que es fundamental destacar cuantos tipos de comercio electrónico existen y cuáles son las características de cada uno, las diferencias, para que de dicha manera las personas conozcan cual es el que se adapta más a sus necesidades o comodidad y de esta forma sea lo más provechoso posible, a continuación, se detallan los diferentes tipos:

#### **Business to business B2B.**

Este tipo de e commerce hace referencia a el comercio online que existe entre un vendedor mayorista y uno minorista, básicamente no hay relación con los clientes finales del producto que se está vendiendo. Es muy común que los practiquen los emprendedores. De acuerdo con Villalba (2021) “Este tipo de transacción se produce entre dos empresas donde no intervienen consumidores finales. Es muy común cuando entre distribuidores mayoristas y minoristas. Se puede dar en tres modalidades” (párr.4)

### **Business to consumer B2C.**

En este otro tipo de comercio electrónico sí se tiene comunicación con el consumidor final, es decir, es al cliente final a quien se le está vendiendo, en estas negociaciones, hay que tener más cuidado, al estar tratando con el comprador final se debe lograr la mayor satisfacción de este para crear lazos de lealtad. Según comenta, Villalba (2021) “Es el que se da entre una empresa y un consumidor o persona particular. Es el más común en el e-commerce y tiene la gran ventaja de convertirse en un canal de venta fuerte para las empresas, donde lo más importante es tener estrategias de marketing y fidelización de clientes.” (párr.8)

### **Business to Employee B2E.**

Este es un ejemplo claro de motivación laboral, tal como destaca Villalba (2021) “Se trata de todo lo que una empresa puede ofrecer a sus empleados a través de Internet. Por lo general los productos o servicios tendrán precios especiales con el objetivo de incentivar a los colaboradores y fortalecer la relación con la empresa.” (parr.9) Este tipo de comercio electrónico va enfocado a un determinado grupo en específico, es utilizado por las grandes compañías para brindar un plus de motivación a sus empleados.

### **Consumer to Business C2B.**

Este tipo de comercio se enfatiza desde una persona que ofrece sus servicios o bienes que comercia las empresas, un ejemplo de esto puede ser una persona que se da conocer por medio de las redes sociales y hace la promoción de sus servicios profesionales, por ejemplo, los abogados que ofrecen sus servicios a las empresas cuando esta lo requieran.

### **Consumer to consumer C2C.**

Se hace este tipo de comercio cuando interviene en la negociación o trato personas consumidoras, es decir, usualmente se refiere a la interacción por las ventas de artículos o piezas de segunda mano, se consideran ventas sostenibles que indirectamente colaboran al medio ambiente y la conservación del equilibrio natural del planeta tierra. Un ejemplo de esto pueden ser las tiendas online de ropa de segunda o la venta de un auto usado entre usuarios finales.

También existen otros, está el tipo de e commerce que vende todo tipo de productos, mezclados, es decir pueden venderse desde ropa hasta tecnología y por otro lado está el e

commerce que va enfocado a un solo nicho del mercado o bien en dirección de una sola línea de bienes, para este tipo de comercio electrónico es mucho más importante tomar en cuenta temas relacionados al marketing, la publicidad debe llegar a las personas correctas para que pueda ser llamativo hacia el consumidor.

Tal y como se ha mencionado el e-commerce es muy accesible, en YouTube existen miles de tutoriales que si bien, es cierto, no toda la información que se comparte a través de las redes sociales es certera, habrá otra, que sí lo sea, por lo que toda persona interesada, que no tenga conocimientos básicos sobre comercio electrónico puede acceder a otras plataformas para considerar guiarse con ciertos videos y demás que ofrezcan dichas aplicaciones web.

### Ilustración 2. Tipos de E Commerce



Fuente: (Sandra, 2021)

## **Elementos del E Commerce**

El comercio electrónico tiene elementos básicos los que hacen posible que la venta online sea exitosa, estos son fundamentales para que se pueda lograr toda compra y venta, logrando así que los clientes queden satisfechos con sus compras y la experiencia sea completamente amena, creando así sentimientos de satisfacción y lealtad para que este mismo negocio siga siendo rentable, dichas características son las que mencionan a continuación:

### **Plataforma digital.**

Es como bien lo menciona la plataforma web que se va a utilizar para el desarrollo de la venta online, está bien puede ser una aplicación con opciones de compraventa de artículos a un determinado mercado, existen al día de hoy plataformas donde se venden un sin fin de artículos que ni siquiera tienen relación entre sí, pero al final de cuentas pueden cumplir con una necesidad que tenga un cliente o bien ayudarle a quedar satisfecho con algún requerimiento.

### **La presentación de la página web**

Este elemento es súper importante ya que es la principal cara de presentación al comprador sobre la página web y el producto como tal de esta va a depender que tan satisfecho se va a sentir el consumidor y formara parte de la decisión final que el mismo vaya a tomar, esta puede ser un arma de doble filo ya que al dar un impresión que no sea del todo cierta, el comprador podría crearse expectativas incumplibles, generando una desventaja cuando se pase por la experiencia de compra en este negocio.

### **Secciones informativas**

Todas la paginas web donde se hacen ventas tiene secciones informativas donde los clientes pueden ver y conocer un poco sobre el negocio, los años que lleva en el mercado, así como el trato o seguimiento que se le da a complicaciones que hayan presentado en el transcurso con algunos otros clientes y para que los nuevos vean como han sido tratados, esto es una manera sencilla de darle al consumidor un panorama más amplio de cómo es el servicio.

### **Método de pago**

Al realizar la compra se debe hacer el pago del artículo que se desea adquirir, este método de pago debe ser seguro y confiable ya que la persona debe sentirse en confianza del medio por el cual está haciendo la transferencia de lo contrario tendrá repercusiones sobre las ventas, y de esta manera no transmitirá la fianzabilidad que se desea, teniendo repercusiones en las reseñas del consumidor sobre dicho negocio, creándole así, un impacto negativo, si se llega a tener una mala experiencia.

Ilustración 3. Elementos del e commerce



Fuente: (Clavijo, 2022)

## **Características del E Commerce**

La primera característica y se podría decir que la más importante es que la empresa o bien el negocio conozca y defina cuál es el fin del negocio es decir que es lo que la hace diferente a las demás que están en el mercado online y de esta manera pueda sacar el máximo provecho básicamente se relaciona hacia dónde quiere llegar cuál es su objetivo final. Otra característica del e commerce es el diseño de la página web, ya que a través de esta es por donde el cliente conocerá sobre los productos y dependiendo de qué tan atractiva sea esta así será su interés en adquirir los productos, ya que, si no es lo suficiente llamativa, el consumidor no sentirá satisfecho y optara por otra opción.

La página web o bien el medio online que se utilice debe ser creada por un experto ya que estos conocen más a cabalidad cuáles son esas características que toma en cuenta un comprador a la hora de optar por adquirir un bien o servicio, y además también estos profesionales son capaces de tanto dar información que el cliente quiere ver como recibir de ellos mismos opiniones de mejora. Otra característica es la relevancia de conocer los tipos de clientes ya que estos al estar unificados en diferentes partes del mundo influye muchos temas relacionados a estatus social, geografía, cultura y demás.

Hay términos que van más allá de ser una característica del e commerce pero que si se relacionan entre si tal como lo es la confianza, que según Perez M (2021) “la palabra confianza viene del latín que significa acción de confiar; compuesta por el prefijo «con» que quiere decir junto o globalmente, más «fides» que significa fe o confianza, y el sufijo «anza» que es acción.” (párr.1) básicamente se concentra en certeza de creer verazmente en los demás.

Otro punto importante de mencionar es la competitividad, la que de acuerdo con Etecé (2022) “La competencia puede definirse como la aptitud que tiene una persona, formada por capacidades, habilidades y destrezas con las que cuenta para realizar una actividad o cumplir un objetivo dentro del ámbito laboral, académico” (par.2) Básicamente la competencia es el rival que existe en el mismo campo de actividad de una empresa u organización.

Por otra parte, están los influencers, que según Wynter (2022) “Un influencer es una persona activa en redes sociales que, por su estilo de vida, valores o creencias, tiene un peso

directo en un cierto número de seguidores y usuarios.” (par.3). Son personas que se mantienen compartiendo su vida en redes y razón por la que atraen popularidad y son el medio de promoción usado hoy en día por muchos negocios que desean surgir y darse a conocer en el mercado tan competitivo.

#### **Ilustración 4. Características del E Commerce**



Fuente: (Sedoxo, 2021)

#### **Ventajas del E Commerce.**

La principal ventaja del e commerce es que este puede llegar a cualquier parte del mundo, a toda persona que tenga acceso a Internet y desee adquirir un bien y que en algunos casos este esté dispuesto a asumir los cargos de envío. Otro de los beneficios es que un tienda online ofrece sus productos las 24 horas del día lo cual abre muchísimo más las oportunidades al mercado y la demanda. El comercio electrónico tiene otro gran aspecto positivo y es que permite que el emprendedor se ahorre gran cantidad de la inversión al no tener que incurrir en gastos para colocar una tienda física.

El comercio electrónico tiene una ventaja y es que permite recolectar datos y si bien es cierto los algoritmos de las aplicaciones o redes sociales están hechos para que estas analicen los datos de manera más efectiva y confiable sobre lo que buscan los compradores, da una noción más clara de lo que estos quieren específicamente lo que a su vez brinda la oportunidad de crear una estrategia de mercadeo más allegada a lo que realmente demanda el mercado.

De acuerdo con Villalba D (2020) se determina como otra ventaja del e commerce a:

A través de la generación de contenido, que pueden ser entradas de blog, podcast, charlas, etc. se logra generar tráfico hacia el sitio web e incrementar las ventas. Mientras que una tienda física debe usar publicidad o estar ubicada en un lugar de mucho tráfico, un comercio electrónico puede atraer más visitas a través del posicionamiento orgánico de su contenido. (parr.2)

### **Desventajas del E Commerce.**

Si bien es cierto, así como el comercio electrónico tiene sus ventajas también presenta varias desventajas que van relacionadas en su mayoría a problemas en la navegación. Cualquier sitio o página web se verá afectado en su visita si la persona o usuario no tiene el Internet para acceder a este, hay lugares donde el acceso a Internet es de muy baja calidad, casi imposible que funcione para revisar paginas online, para las tiendas en línea esto representa una gran amenaza, ya que una persona que desee adquirir algún artículo y no pueden navegar por problemas de conexión, se estarán perdiendo las ventas.

Otro de los problemas principales que, sin duda, es una desventaja para el comercio online son los métodos de pagos. Si la plataforma de pago falla o tiene problema de conexión o a nivel de sistema, será un problema estresante para los usuarios, lo que hará que hasta consideren que estos podrían ser inseguros y provocará que se pierdan clientes, ya que las personas sentirán desconfianza a la hora de ingresar los datos de sus tarjetas, o será complicado estar insistiendo para poder comprar, lo que hará en un largo plazo que haya pérdida de clientes.

La gran competencia, toda una desventaja que es uno de los muchos de los “dolores de cabeza” de los emprendimientos, muchas tiendas dedicadas a lo mismo, es uno de los

principales problemas de los negocios, ahora en la actualidad. Si bien es cierto que hay mucha competencia, esto hará que el mercado sea más retador. La desconfianza es un punto desfavorable para las tiendas online, hay muchos casos que quizás la persona desea comprar, pero por “miedo” a muchos factores no se anima, temas de tallas, fraudes etc.

El comercio electrónico puede ser una herramienta muy útil si se utiliza de la manera correcta, siempre tomando en cuenta las precauciones que como en todo proceso un individuo que desconozca sobre el tema debe considerar, no es recomendable hacer uso de páginas web que no tengan reseñas positivas, o bien, que las mismas sean poco conocidas por parte de los usuarios regulares de la compra y venta de productos o servicios de manera online.

### **Riesgos del Comercio Electrónico.**

La globalización y el desarrollo de la tecnología, han logrado que hoy día, los sitios web sean más seguros, sin embargo, nunca se está exento de los riesgos que corre un usuario a lo hora de navegar por cualquier sitio web, más aún que los hackers, se las han ingeniado para cada día aprovecharse de los navegadores online, parte de los riesgos de los cuales puede ser víctima una persona es el fraude, ha habido casos en donde, los individuos, ingresan sus datos bancarios y son clonados, siendo víctimas del robo de su dinero.

El hackeo a las tiendas online también es todo un riesgo, muchas veces los estafadores se adueñan de las páginas con el fin de sacarle dinero a las personas, a través del engaño, casi siempre, usan otra identidad para que de esta manera no puedan ser descubiertos, aunque es más común que sean los supuestos consumidores lo que practican el fraude, nunca las páginas web esta exentas de que les suceda algo similar, en ocasiones incluso se han dado casos donde se roban los seguidores que posee un usuario en las redes sociales como Facebook, Instagram, y ahora esta nueva red TikTok.

### **Desarrollo y Evolución del E Commerce en Costa rica**

La tecnología día con día ha ido avanzando, Costa Rica a pesar de ser un país no tan desarrollado como otros como por ejemplo Corea del Sur, China y demás, no se ha quedado rezagado en este aspecto, sin embargo, el comercio electrónico es todo un reto, para todas empresas no solo para las del sector joyero, sin embargo, el ser una nación tan poco

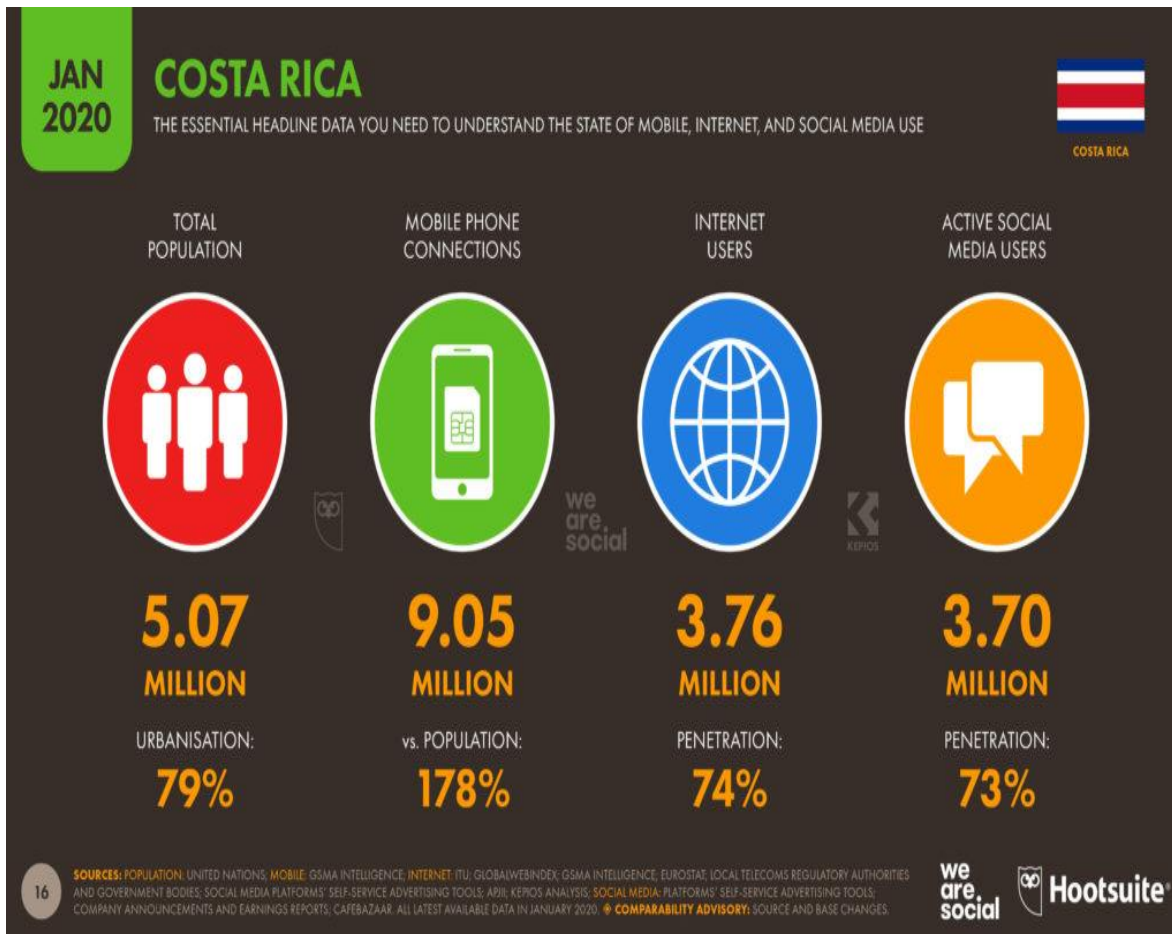
“conocida” a nivel mundial le está jugando una mala pasada ya que esto ha provocado que anteriormente se explotara más el talento que existe en el país.

Cuando inició la pandemia todos los comercios tuvieron que ingeniársela para seguir vendiendo y subsanar esa brecha de crisis económica que apenas comenzaba, fue ahí donde el comercio electrónico tomó más fuerza, incluso fue novedad para muchas compañías, que antes no desconocían el provecho que podían obtener por medio de la virtualidad, aun para varios individuos el comercio en línea sigue siendo algo extraño, hasta un medio desconfiable. No obstante, muchas personas que deseaban iniciar su propio negocio, vieron en esto una oportunidad de comenzar, abriéndose paso en un mundo tan globalizado.

Como tal se ha mencionado el comercio electrónico tuvo un inminente cambio en el mercado, llego para cambiar la vida de las personas que no pueden recurrir a compras físicas o incluso aquellas que realizan compras por diversión. Lo que se esperaba en la pandemia era la caída masiva de las compras, sin embargo, como se evidenció el impacto fue todo lo contrario, hubo crisis de contenedores debido a que las personas comenzaron a comprar en línea, practica que no realizaban antes, para solventar un poco el confinamiento al que estuvieron obligados a permanecer.

A raíz de todos los acontecimientos antes mencionados, también se dio la notable alza en los precios de los fletes, donde claramente, los beneficiados fueron las empresas logísticas dedicadas al transporte de mercancías a nivel mundial. Los costos de los fletes sufrieron un incremento, demasiado considerable afectando de manera directa muchos de los productores que fabrican sus productos con mercancías importadas, generando así que estos tuviesen que subir sus precios para solventar el gasto extra.

## Ilustración 5. Estado y Uso de los medios Tecnológicos en Costa Rica



Fuente: (shum, 2020)

### Aporte del E Commerce a las Empresas.

Sin duda alguna el aporte del e commerce a las empresa es el crecimiento, por medio del comercio en línea millones de personas alrededor del mundo pueden darse cuenta que en otra región que ellos podrían hasta desconocer que existe vendan accesorios que sean de su interés, incluso artículos que en sus propios países no se consigán, o con un sello muy diferente a la cultura que estén acostumbrados, es sencillo asegurar que habrán muchas cuestiones culturales que sean muy distintas entre Costa Rica y los países europeos.

Otro gran aspecto en el que el e commerce aporta a las empresas es que las obliga a mantenerse constantemente innovando, a través de las redes sociales se dan a conocer esos puntos que los consumidores desean se mejoren en un nicho de mercado en específico, por

lo que esto da pie a que los empresarios desarrollen ese sentido de un desarrollo más a la altura del avance y la globalización, lo que incluso les da la oportunidad de afianzar su marca con el cliente, al tomar en cuenta las opiniones del mismo.

### **Principales Medios de Promoción en Línea**

Los principales medios de promoción en línea son muchos, las maneras de ser visible en Internet son inmensas; como parte de ellos en primer lugar está la publicidad por motores de búsqueda, donde esta se caracteriza porque la empresa paga por aparecer en los primeros resultados de búsqueda de las personas, también existe la publicidad nativa que esta se basa en donde la empresas compran un espacio en un sitio web, cabe resaltar que para que estos métodos funcionen deben ser llamativos y generar interés por parte del navegador.

De acuerdo con Bee Digital (2020) los anuncios display o banners son otro medio de promoción que se define como:

En la publicidad en banner, la empresa genera una imagen o un vídeo que de spués aparece en diferentes sitios web que habilitan un espacio para ella.

Son plataformas comunes los blogs, medios de comunicación u otras páginas web que acumulen tráfico importante o tengan un público concreto que interese a la empresa. Cuando los internautas hacen clic en el banner, normalmente se le redirige a otra página, que puede ser estar creada específicamente para la campaña de banners (landing page) o puede ser una parte de la web corporativa. (párr. 5).

También existen alternativas donde los emprendedores pueden ofrecer sus productos sin la necesidad de hacerlo por medio de redes sociales como Facebook, Instagram o TikTok, son sitios web donde se paga una membresía por crear las publicaciones. Además, las plataformas que comúnmente se usan para la buscar destinos turísticos son otros elementos que puede ser útil para la promoción, al ser frecuentes de un tráfico considerable de personas.

### **Ebay.**

Fue una de las empresas pioneras del comercio electrónico y por la cual se empezó a conocer este término. Esta es en la actualidad una plataforma virtual donde se comercia todo tipo de productos, bien sea productos 100% nuevos o de segunda, básicamente s un mercado

electrónico. Inclusive es uno de los sitios donde el mayor tráfico de vistas proviene del continente europeo, esto ya que es característica por ser un sitio bastante confiable con toda la política justa para proteger los datos tanto de vendedores como compradores.

Esta pagina cuenta con dos procesos diferentes, el primero de ellos para los compradores donde la persona interesada debe registrarse y crear un usuario para poder comprar, una gran ventaja de esta es que admite pagos en monedas virtuales. Con respecto a la venta, igualmente se requiere el registro y una breve descripción del producto que se desea vender, incluir el precio del mismo y, por último, el método de pago ya así queda listo para publicarse en la plataforma.

### **Amazon.**

Una de las mas famosas a nivel global, inclusive existen personas que no salen de sus hogares ya que todo lo adquieren a través de esta plataforma. Es bastante confiable ya que al igual que Ebay, las políticas brindan la seguridad al comprador y vendedor sobre sus datos, razón por la que muchos otros sitios han intentado imitar sus políticas y métodos para comerciar electrónicamente. En este se venden productos de 3 maneras distintas, están los que vende directamente Amazon y el mismo se encarga de la logística para que llegue a su comprador.

Luego están los productos vendidos por terceros pero que al igual que la primera forma de venta, Amazon se encarga de enviarlo a su usuario. Es decir, esto significa que una persona común es la que esta vendiendo el bien, con respecto a que exista dudas por si ocurriera algún siniestro natural o no, Amazon se hace responsable, ya que esta misma obtiene una comisión por la seguridad que debe brindar al consumidor y por la que es responsable, y en el último método esta la venta directamente desde terceros, donde las mismas personas particulares venden y se encargan de la logística del producto para que llegue conforme al cliente.

### **Shopify.**

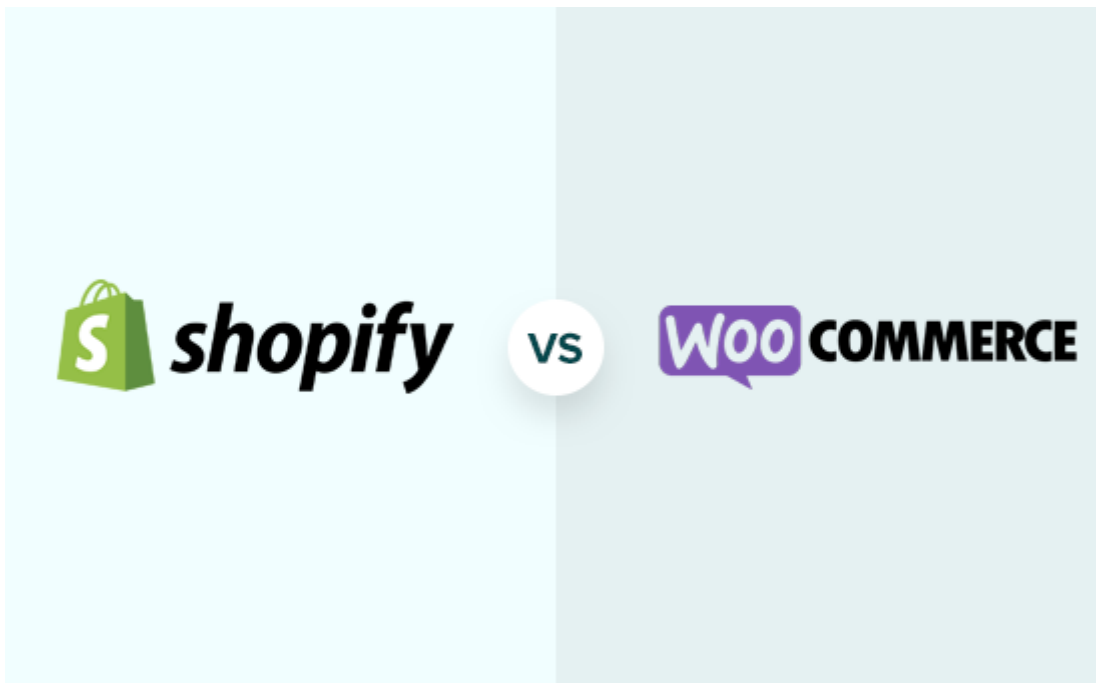
Shopify, es una herramienta, que ha ayudado a muchos a hacer sus sueños realidad. Esta es una plataforma que colabora a los usuarios a vender sus productos en cualquier lugar del mundo, este posee un software muy versátil y el mismo está diseñado para hacer crecer

los negocios, por medio de este sitio, se puede “crear” una tienda online, cobrar el pago, anunciar los artículos, así mismo de enviar y hacer el seguimiento del estos, pues todo esto es lo que permite este sitio.

### **Woocommerce.**

Otra plataforma útil, similar a Shopify, sin embargo, esta, está ligada a wordpress, para hacer crecer el blog y crear una tienda online, es un sistema gratuito, y muy sencillo. Acá se debe crear la pasarela de pago, el Courier utilizado para la logística, creando así una página online con una estética con carácter completamente profesional, esto sin hacer ninguna inversión, sin embargo, si es mucho más útil para emprendimientos que apenas inician en el mercado.

### **Ilustración 6. Shopify vs WooCommerce**



Fuente: (WPBEGINNER, 2023)

### **Redes Sociales más Influyentes**

Hoy día las redes sociales lo son todo para un comercio, una tienda que no tenga un sitio web donde promocionar sus productos está rezagado en el mercado, la competencia cada día es mayor, las personas ahora buscan la manera de emprender por lo que la oferta es aún

mayor y se ha vuelto más difícil sobresalir en el negocio, sin embargo, muchas empresas obtienen la mayoría de ventas gracias a las promociones que hacen a través de sus redes sociales.

### **Instagram.**

Una red social que sin duda es la más usada por los famosos “influencers” quienes hoy día se podría decir que son el medio de promoción más utilizado. “El objetivo de Instagram, hablando en términos de negocios, es poder generar una comunidad con tu público objetivo en donde principalmente reine la interacción. Esto provocará una mayor integración entre la marca y el cliente, aumentará el alcance de tu producto o servicio y, consecuentemente, generará más ventas.” (parr.1) (RD Station , 2020)

El potencial que tiene Instagram como red social es inigualable, bastan con mirar las historias que postean los famosos influencers para darse cuenta que el impacto que causa sobre el ser humano y su comportamiento, podría ser hasta cuestionable en cuanto a la salud mental de las personas. Sin embargo, se debe ser cauteloso a la hora de girar promociones por estos medios para no causar en tiempos futuros una impresión errónea sobre el consumir que afecte la imagen del negocio.

### **Facebook.**

Una de las redes sociales más comunes, de acuerdo con Pino (2018) “Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares.” (párr. 5). Facebook es una de las redes sociales más antiguas, esta permite que todo tipo de persona tenga acceso a esta, convirtiéndola en una herramienta sumamente útil para los negocios online, a través de la creación de páginas donde la misma app, indica los pasos para crearla, facilitando así la vida y los métodos para las personas con poco conocimiento de tecnología.

Esta red social es la mas usada, por las generaciones pasadas, existe mucha persona “mayor” que la utiliza, no obstante, no es una aplicación que deba dejarse de lado, al contrario, aunque no tenga un impacto mayor sobre los negocios online, siempre existe la posibilidad de vender través de ella, ventas que al final tendrán una relevancia menor, pero

al final de cuentas será una relevancia sobre el negocio, dejando siempre un beneficio, mas no una desventaja.

### **Tiktok.**

Una de las más recientes creaciones, que según Fernandez (2021). “Hablamos de una red social asiática basada en compartir vídeos musicales, y que está consiguiendo unos increíbles resultados en los últimos meses. De hecho, este pasado mes de octubre ha conseguido superar a Facebook, Instagram, YouTube y Snapchat en número de descargas confirmándose como una de las sorpresas del año” (párr.1). Tiktok, es una de las redes sociales más recientes que se ha lanzado al mercado, es una red social China.

Esta tiene como nombre original Douyin, que en mandarín significa “sacudir la música”, incluso ha superado a otras aplicaciones como Instagram, muchos negocios están utilizándola para dejar reseñas sobre los productos que comercian así como también, los consumidores han tomado la red como un diario para contar sus experiencia con diferentes marca y los bienes que compran, usualmente en esta app, las personas han dejado de lado las buenas opiniones y se han vuelto muy transparentes con las opiniones.

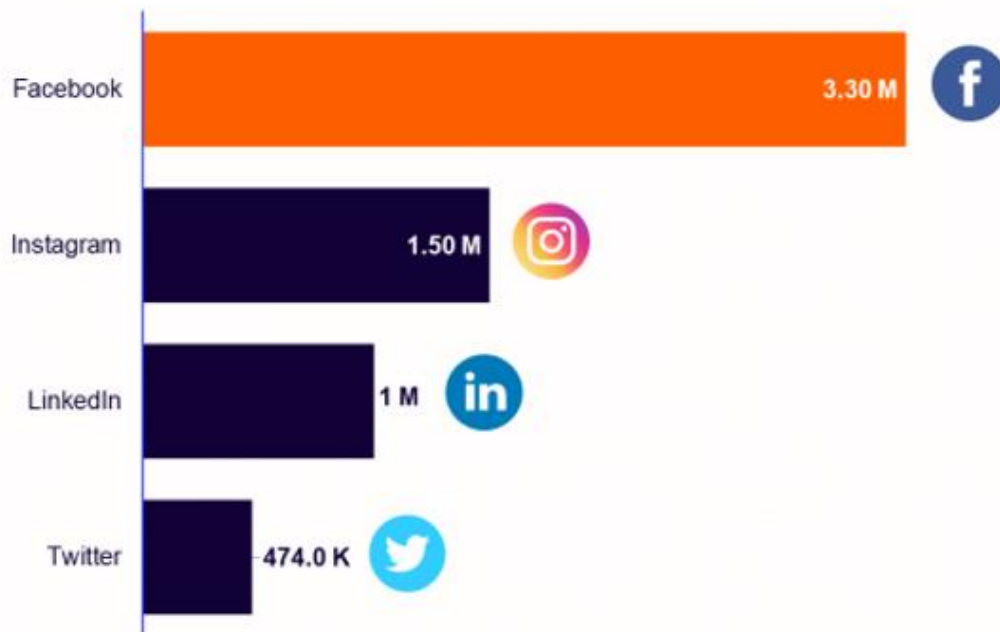
### **Twitter.**

Con un contexto un poco más alejado de la venta online, sin embargo, para Bravo (2023) “Twitter es una red social que nació en 2006. Permite comunicarte e interactuar con otros usuarios a través de mensajes públicos, conocidos como tweets, y privados, conocidos como DM o direct message.” (párr.1). Twitter es una red social que no es tan utilizada para comerciar, sin embargo, si es útil para las empresas online porque en muchas ocasiones los usuarios la utilizan para dar opiniones sobre algún artículo que adquirieron y sobre el que se sintieron muy satisfecho o nada satisfecho, entonces puede ser una app considerada para ver cómo está siendo captado un producto ante el público.

## **Ilustración 7. Red Social más utilizada en Costa Rica**

## ● FACEBOOK ES LA RED SOCIAL QUE PREDOMINA EN COSTA RICA

\*Nota: los datos representan audiencias alcanzables con publicidad reportada en cada plataforma y puede que no reflejen el total de usuarios activos en cada red social.



Fuente: DataReportal, digital 2020/  
servicio de anuncios de Facebook.

● <https://ilifebelt.com>

iLB

Fuente: (Solares, 2020 )

### **El papel del Marketing en el E Commerce**

Marketing, una de las características más importantes del e commerce, según comenta Camus (2023). “En el mundo del ecommerce, el marketing juega un papel crucial en el éxito de un negocio. El objetivo principal del marketing en el ecommerce es atraer a clientes potenciales y persuadirlos para que realicen una compra en su tienda en línea” (párr.14). Dentro de toda estrategia de e commerce la publicidad juega un papel fundamental de lo contrario, sin campañas de marketing no será posible vender, ni mucho menos llegar a ese público meta que se desea conquistar por así decirlo.

Para crear una estrategia clara es necesario saber la diferencia entre el performance y el branding, dos conceptos sumamente importantes dentro del mercadeo, siendo el performance las tácticas que se utilizan para dentro de la publicidad online para buscar un mayor retorno de la inversión, que se mide a través del ROAS, por otro lado el branding se mide por medio de una métrica, para determinar el alcance que se tienen con el impacto que generen las publicaciones, esto para obtener un mayor posicionamiento de marca.

Para todas aquellas pequeñas empresas que estén comenzando en el mundo del e-commerce, es importante darse a conocer en sitios tan básicos como el Search de Google, ya que este es el principal buscador y de manera que el potencial cliente hace una búsqueda sobre el producto o servicio y no se muestra se está perdiendo captación, también están las redes de display que comúnmente son redes que están medio relacionadas con el artículo que se está buscando, esta red funciona más con temas relacionados al branding.

Alrededor del mundo existen muchas oportunidades para posicionar un negocio, sin duda alguna el comercio electrónico y el giro que dio desde la pandemia, ha marcado un antes y un después en el mundo del comercio, a tiempos futuros será posible ver como las personas dejaran en algún momento de dudar por completo de esta forma de comprar, y se adentraran en las plataformas para investigar que tienen las tiendas online para ofrecer, será un gran despliegue para la humanidad esta nueva forma de comprar sin necesidad de salir de casa, lo que a su vez podría estar causando ciertos efectos contraproducentes en la manera de vivir de las personas.

### **Medios de Pago para E Commerce**

Cualquier emprendedor debe contar con una plataforma digital para gestionar los pagos, y estos entre más sencillos sean los métodos, más ingresos serán capaces de captar, y a su vez generaran sobre el consumidor más confianza y con ello aumentar ventas, lo que en muchas ocasiones los clientes lo consideran como un valor agregado que ofrece el vendedor. Claramente existen sistemas de pagos mundiales que pueden ser usados en cualquier parte del mundo.

Tarjeta de crédito, son el principal medio de pago utilizado en el mundo, una de los más aceptados a nivel mundial, son conocidas en todo el planeta las tarjetas Visa, MasterCard

y American Express, y son muy accesibles para cualquier persona es decir casi todo el mundo tiene una de estas. Otro método es a través de PayPal, una marca muy influyente dentro del comercio electrónico, dado sus beneficios como la seguridad y privacidad que brinda sobre los datos del consumidor.

### Ilustración 8. Medios de Pago E Commerce



Fuente: (Galan, 2018)

### Las criptomonedas y Comercio Electrónico

Las criptomonedas, son una herramienta muy útil, para el e commerce, se dice que una de las principales causas por las que las personas abandonan un carrito de comprar hacerla efectiva es porque desconfían de brindar sus datos bancarios en cualquier página o sitio web, por lo que el tomar las criptomonedas como un método de pago para el comercio electrónico es sumamente conveniente al tratarse de monedas virtuales por medio de la tecnología blockchain.

Según Aucejo (2023) las criptomonedas como método de pago online:

Los métodos de pago que hay disponible para los e-commerce son muy variados. La elección del método de pago depende de las condiciones que nos ofrezca el proveedor financiero, la seguridad que proporcione, la aceptación que tiene los clientes y otros aspectos relacionados con ítems técnicos. Al

tratarse de un método de pago también es posible incluirlo en los e-commerce cuya estructura es virtual como las criptomonedas. (párr.7)

### **¿Qué son las criptomonedas?**

Las criptomonedas son un método de pago que ha revolucionado y tomado voz en los últimos meses, sigue siendo de las formas de pago, más comentadas en la actualidad, sin embargo, son una moneda, desconfiable para muchos consumidores por lo que hasta el día de hoy no es tan utilizada, pero dándole el uso correcto, podría ser mucho más beneficiosa que los medios de pago convencionales que siguen teniendo muchísimo más uso en el mundo actual.

De acuerdo con Jimenez (2022) se define como criptomonedas a:

Una criptomoneda es un activo digital que emplea un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, y controlar la creación de unidades adicionales, es decir, evitar que alguien pueda hacer copias como haríamos, por ejemplo, con una foto. Estas monedas no existen de forma física: se almacenan en una cartera digital. (párr.3)

Las criptomonedas son otra divisa tradicional, entendiendo por divisa “Las divisas son consideradas como un activo, ya que es dinero de otros países y tiene un valor. Este valor se consigue cotizando o marcando un valor fijo por un estado u organización” (par.3) (Pedrosa, 2020). Las divisas son monedas extranjeras, que a su vez ayudan a mantener un equilibrio de cualquier moneda local y si esta se desestabiliza el mercado cambiario también.

### **Análisis FODA sobre un negocio de E Commerce**

La matriz FODA, hace referencia a las siglas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es muy usada en los planes de mercado, las fortalezas y debilidades son a un nivel interno del negocio, mientras las amenazas y oportunidades se centran en la parte externa. Esta herramienta es muy útil a la hora de querer realizar un estudio tanto de la situación interna y externa de una organización para así tomar las mejores decisiones al corto y largo plazo.

Como parte de las fortalezas se hace un análisis de aspectos internos positivos, lo que hace que se diferencie de la competencia, por ejemplo, podría ser, contar con productos de alta calidad a un precio competitivo. Las oportunidades, son factores externos, que afectan o tiene impacto de manera positiva, tal como el aumento de la demanda, o bien que existan poca competencia en un segmento determinado del mercado. Las debilidades son rubros internos que se pueden mejorar, usualmente para conocer estas se hace a través de preguntas. Y por último las amenazas son aspectos internos negativos, como, por ejemplo, el aumento de los costos de las materias primas.

### **El Marketplace**

Los Marketplace son plataformas que permiten a los productores o fabricantes de cualquier bien o servicio, en general que estén en cualquier región en específico, con una comunidad de potenciales compradores, unirlos y permitirles hacer negocios en conjunto con la oportunidad de desarrollar una promoción y apoyar a su vez a los pequeños emprendedores y por medio de esto obtener ingresos. Se puede definir al Marketplace, que es un mercado donde compactan tanto oferentes y demandantes.

De acuerdo con Redator Rock Content (2019) en sus artículo define un Marketplace como:

El Marketplace se refiere a un concepto más amplio de ventas online. En esta plataforma, diferentes tiendas pueden anunciar sus productos, ofreciéndole de esa forma, un abanico de opciones al cliente. El concepto de Marketplace no es nuevo. En América Latina surgió en 2012 y, hoy en día, muchas grandes empresas digitales ya se han adherido. Algunos ejemplos de Marketplace son Amazon, Google Shopping y Mercado Libre. (párr.1-2)

A nivel local existen plataformas de Marketplace, tales como los que menciona, MEIC (2020). Compre PYME es “Compre #PYME es una plataforma creada por Pymes de Costa Rica, como una opción gratuita para que todas las personas empresarias que tengan o no presencia Web, cuenten con una vitrina virtual, donde puedan ofrecer sus productos en línea.” (párr.1) Estos sitios web donde cualquier interesado puede crear una oferta de su producto, también hay otra como Tico Market y La Pulpe.

### **¿Qué es la inteligencia artificial?**

La inteligencia artificial es uno de los inventos más recientes de la tecnología, ha llegado para hacer la vida más sencilla de las personas, sin embargo, es un arma muy poderosa, que, si no se utiliza con el uso debido, puede ser contraproducente para la moral humana, porque ha habido casos donde las personas la están utilizando con un doble sentido insano, causando daños morales a otros individuos, por lo que, habrá algunos que consideran que es más desventajosa.

Según un artículo publicado por (Iberdrola, 2022) se define IA como:

La Inteligencia Artificial (IA) es la combinación de algoritmos planteados con el propósito de crear máquinas que presenten las mismas capacidades que el ser humano. Una tecnología que todavía nos resulta lejana y misteriosa, pero que desde hace unos años está presente en nuestro día a día a todas horas (párr.1)

Sin duda alguna algo de lo que hoy no se termina de hablar es de la capacidades que se han desarrollado con la ayuda de la inteligencia artificial, ya se han creado diferentes aplicaciones para que la IA tenga un poder significativo sobre el e commerce, tal como el ejemplo de plataformas como Bhuman, que este da un seguimiento a los carritos abandonados en sitios de comercio electrónico, también de las imitaciones o descuentos especiales, ya envía videos especializados a los clientes haciéndoles disfrutar de una experiencia más humana.

Por otra parte, está también, que si bien no trabaja directo en el aumento de ventas sino va relacionado al ahorro de tiempo, Namelix, le permite al usuario buscar nombres para los nuevos productos y también generar los logos, siendo un beneficio total para el vendedor que desea lanzar al mercado un nuevo artículo. Clipdrop, esta herramienta funciona con todo lo relacionado a fotos de los accesorios, colabora con imágenes con baja resolución, permite eliminar marcas de agua, entre otras muchas más plataformas que hay para seguir ayudando a los practicantes de comercio electrónico.

## **Logística**

El término de logística es uno de los más utilizados en la actualidad, y radica en todas las operaciones que se llevan a cabo para hacer posible que un producto llegue a su consumidor final, tomando en cuenta desde el lugar donde se producen las materias primas y pasando por el lugar donde esa materia prima se transforma a un bien final. En este concepto intervienen características como transporte, almacenamiento, distribución. Por conclusión se puede decir que objetivo principal de este aspecto es poner a disposición del cliente el artículo deseado, en la cantidad y momento preciso también al menor costos de venta y con el mejor costo posible.

La logística juega un papel muy importante en la satisfacción del cliente, sin embargo, no siempre los tiempos de entrega se cumplen a la medida, y esto muy pocas veces es problema de un individuo ya que en el transporte de cualquier mercancía sea pequeña o sea grande van a existir fenómenos naturales que se interpongan en el camino e impidan cumplir a tiempo, por lo que generalmente los comerciantes que importan o exportan se han acostumbrado a dar un lapso más largo considerando cualquier eventualidad que pueda presentarse.

Existen muchas tiendas en línea que puedan dar fe de lo anterior, tal el caso de la página donde últimamente gran mayoría de la población juvenil adquiere su ropa, la famosa “Shein” ubicada en China, las piezas que viene del continente asiático, comúnmente sufren un atraso por los temas de tránsito, colocaciones, atrasos en adunas, disponibilidad de embarques y demás, y dado este ejemplo sin lugar a dudas es un aspecto que toda persona que comercia electrónicamente debe advertir a sus consumidores.

### **Logística para el E commerce**

Los métodos de envío de e commerce van a depender mucho del tamaño de la empresa, generalmente como son muchas las personas que se animan a vender en línea gran parte del mercado está conformado por emprendedores minoristas, más aún del sector de joyería artesanal que no esta tan desarrollado como se deseara, por lo que más recomendable para mover las piezas es crear un contrato con alguna agencia de envíos, ya sea por volúmenes, porque claramente si los envíos son menores será una tarifa mucho más costosa siendo un punto muy negativo.

Y más allá de valorar solo el tema de precios es importante tomar en cuenta otros aspectos, como el servicio al cliente tal y como se ha mencionado en el transito puede ocurrir cualquier eventualidad, por lo que las piezas podrían sufrir algún percance, extraviarse, también hay que considerar el tema del seguro, quien respondería si se roban el producto, también el seguimiento, la calidad de respuesta, la retroalimentación que se da tanto al vendedor como el comprador, y los tiempos de entrega que siempre varían con cada suplidor del servicio de transporte.

Además de todo lo mencionado anteriormente, existen muchas empresas como DHL, que trabajan con Courier que brinden la asesoría para conocer sobre rutas logísticas y sin duda alguna, el comercio internacional es tan impredecible que cualquier situación puede ocurrir por lo que lo más considerable a la hora de querer realizar una exportación es tomar a consideración todos los aspectos que puedan presentarse en el proceso, para que de esta manera igualmente pueda transmitirle al cliente la espontaneidad del caso.

### **Ilustración 9. logística E Commerce**



Fuente: (QMKC, 2021)

Al día de hoy, son muchas las empresas que se encuentran en el mercado de la logística internacional, prestando sus servicios como transportistas de mercancías de todo tipo, grandes conocidos, que sin duda ofrecen servicios excelentes, donde muchas de ellas, son contratadas por empresas grandes dedicadas a diferentes industrias, lo que les ha ayudado a tomar posición en el mercado, y dejando una reseña sobre sus servicios y la manera de trabajar. Algunas de ellas son:

### **UPS.**

Fundada en 1906 por Jim Casey, quien inicialmente fundo American Messenger Company, misma que años después se convirtió en la hoy famosa UPS, esta empresa se ha catalogado en el mercado por ser una de las que prioriza el servicio al cliente, cuenta con precios competitivos, debido a su manera tan racional de organizar su paquetería, permitiéndoles ahorrar costes. Esta compañía ha tenido gran evolución con el pasar de los años es por ello, que incluso, crearon la llamada “UPSNET” siendo esta una base de datos electrónica que brinda la información para procesar y entregar los paquetes.

### **DHL.**

Esta es una de las empresas líderes en cuanto a logística internacional, se encuentre presente en más de 220 países. Fue creada en 1969. Su historia está basada en el trámite de anticipados que comenzaron a tramitar en los tiempos donde fue creada. Actualmente es una de las empresas que tiene mayor influencia en el transporte de las mercancías, se caracteriza inclusive por dar asesorías sobre temas relacionados a exportaciones para todos los interesados.

### **FedEx.**

Otra de las grandes compañías logísticas dedicadas a la exportación e importación de mercancías pequeñas es FedEx, esta cuenta con su propia aerolínea y ofrece la preparación de envíos, dado así un servicio muy completo. Estas empresas de logística son ideales para el transporte mercancías pequeñas tal como lo puede ser la joyería artesanal, además de sus

tarifas competitivas que manejan en el mercado, por lo que es importante valorar con cada una de para considerar la mejor opción.

#### **Ilustración 10. Empresas de logística**



Fuente: (Martinez, 2021)

#### **Joyería Artesanal**

La joyería artesanal, artefactos olvidados por muchos, sin embargo, para Karati (2021) “Una de las mayores características de la joyería artesanal es que no tiene ninguna intervención de procesos industrializados o de alguna máquina; por lo tanto, son accesorios hechos a mano, donde se utilizan piezas como: metales preciosos (plata, oro), piedras finas, hilos diversos, piel, entre otros.” (párr.6) La joyería artesanal es muy llamativa por cómo es confeccionada, las personas que usan este tipo de accesorios por lo general destacan el hecho que son piezas hechas a manos.

### Ilustración 11. Piezas Joyería Artesanal



Fuente: (Karati , 2021)

Existen individuos que no les agradan en lo absoluto, las piezas sometidas a procesos industriales complicados, además que otra característica que destaca del mercado de la joyería artesanal es que en su mayoría son artefactos únicos, algo sumamente llamativo para las personas que les gusta lo exclusivo, y por esa característica también son considerados como arte y duraderas, por los motivos mencionados anteriormente mencionados en ocasiones se suele decir que los tiempos de manufactura suelen ser largos.

La joyería es un arte, cada pieza es una obra única que el orfebre fabrica, y través de esta expresa un significado, al ser accesorios tan delicados, las personas suelen buscar una joya con la que logren identificarse, algo que les permita sentirse ellos mismos, es por esto que se podría pensar que es un proceso fácil de llevar a cabo el fabricar estas obras sin embargo, no lo es, conlleva todo un análisis de lo que se quiere transmitir para que así de esta manera llame la atención de los seres humanos.

### Historia de la Joyería artesanal

La joyería artesanal es todo un desarrollo que ha ido evolucionando con los años, los metales preciosos que hay alrededor del mundo han permitido que con el pasar de los años

se creen piezas fascinantes, lo que a su vez ha provocado que muchas de esas joyas tengan costos ridículos que solo una persona “millonaria” pueda pagar por un “capricho” de tal magnitud, los individuos con talentos han logrado sacarle beneficio a los materiales de los cuales se crean estos accesorios, que sin duda hoy día es una manera de comerciar muy efectiva.

Según Santo (2020), la historia de la joyería artesanal se da desde la siguiente manera:

“Desde los comienzos de la humanidad el hombre ha trabajado las materias primas para conseguir herramientas que le hiciesen la vida más fácil. De igual forma, y como elemento ornamental, se usaban piedras y metales para la decoración. En un principio se consiguió dar forma a las piedras, y posteriormente con el avance del tiempo se logró domar materiales tales como el metal. Todo ello dio paso a nuevas profesiones. La joyería no estuvo al margen de tal evolución y se convirtió en un oficio artesanal cada vez más sofisticado debido a la habilidad que tenían los maestros orfebres para dar forma a los metales y las gemas. Con el uso de las gemas para la joyería nacieron otros oficios tales como el estudio de las gemas; la gemología” (párr.1)

### **Joyería Artesanal Costarricense**

Muchos costarricenses desconocen que en el territorio nacional hay tanto potencial con respecto a este sector, las personas han dejado de lado las piezas únicas que los orfebres fabrican con sus manos e incluso algunos venden en las calles, en las llamadas ventas ambulantes. Son accesorios que pasan desapercibidos, los habitantes de Costa Rica, han infravalorado estas piezas, prefieren conseguir o comprar del extranjero, generando una desventaja al país.

En Costa Rica son más que todo mujeres las que se han dedicado a esta actividad, ellas son las que han luchado por medio de sus piezas a llevar arte a muchas regiones, demostrando la cultura costarricense a través de sus piezas, es real, que el sector ya no esta tan abandonado como antes, tampoco se le está prestando toda la atención que requiere, el

mercado es muy competitivo, actualmente se compete con grandes industrias tal como lo es Pandora, una marca muy conocida que recientemente llegó para llamar la atención, sin embargo, no es cuestionable la joyería artesanal ante la fina.

### **Historia de la Joyería Artesanal en Costa Rica.**

Es importante conocer un poco acerca de la historia de la joyería en Costa Rica, según Nicola (2020). “¿Cuándo inició todo? ¿En qué punto la joyería de Costa Rica ganó reconocimiento mundial? Según las cifras de Euromonitor, se vendían \$77 millones de dólares en joyería fina durante el año 2010. Sin embargo, esta cifra se excedió por mucho en el 2014 alcanzando los \$112 millones de dólares.” (par.5) Costa Rica es un país que siempre se ha caracterizado particularmente por poseer muchas bellezas naturales, miles de turistas al año ingresan al país con la intención de saber que es esta nación y que tiene para ofrecer.

El extranjero es común que escojan el territorio nacional como un destino y por supuesto quedan encantados con sus maravillas, sin embargo, hay mucho más para ofrecer, tal como lo es el sector de joyería artesanal que hasta hace pocos años estaba muy escondida entre el mercado, a pesar que desde años anteriores la joyería artesanal venía siendo todo un enigma. Con el desarrollo de nuevos emprendimientos y ayuda del e commerce, es que se ha dado mayor conocimiento del potencial que tiene el tico en el desarrollo de accesorios de este tipo.

Según Delfino (2021) se define a NOVICA como:

La idea de NOVICA nace en 1999, es una empresa que se funda en Estados Unidos y la idea detrás de esto es darle un lugar al artista o artesano que la mayoría de las veces no tiene acceso a un mercado internacional. Por eso se crea esta plataforma para que el artista pueda vender sus productos desde un comercio más justo y con una plataforma para crear ventas directas, ya que aquí el artista y artesano accede a un lugar donde hay muchos compradores interesados en productos elaborados a mano. (párr.5)

PROCOMER mejor conocido como la Promotora de Comercio Exterior, a través de sus programas de impulso y en colaboración con NOVICA logró en el 2021 que muchas empresas de este sector se posicionaran y se dieran a conocer en el mercado, NOVICA como

bien se expresa anteriormente es una plataforma que permite que los artesanos costarricenses sean conocidos en el exterior y de esta manera facilitarles más el trabajo más que todos aquellos pequeños manufactureros que no son muy conocedores de esta rama de la tecnología.

### **Evolución del sector joyero en Costa Rica.**

Sin duda alguna como se ha mencionado anteriormente en Costa Rica hay mucho talento, el sector ha crecido significativa, incluso hay empresas de esta área del exterior que han venido a posicionarse al mercado tico porque han visto en el país una oportunidad de crecimiento. De acuerdo con Nicola (2020) “La joyería en Costa Rica ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos tiempos. Cada vez aparecen nuevas marcas de piezas finas que logran un impacto en el mercado. Hay de todos los tipos, uno más vanguardista y original que el otro.” (párr.1)

Sin duda alguna el país al expandirse a mercados europeos, le creará un beneficio mucho mayor, habrá más demanda en el mercado, esto aunado a la promoción en redes sociales, donde las personas tendrán la oportunidad de descubrir todo lo que una región ubicada en America Central tiene para ofrecer y lo que a su vez despertara el interés no solo por este sector, sino que también cabe la posibilidad de explotar otras áreas que incrementaran los beneficios económicos entre otros aspectos.

### **Empresas exportadoras de joyería artesanal en Costa Rica**

A continuación, se expondrán, algunas de las personas más destacadas como fabricantes de piezas de joyería artesanal costarricense, estos son emprendedores de todas las categorías, empresas ya sustentadas en el mercado, otros que apenas vienen iniciando, así como, también, personas únicas que sus emprendimientos consta de una única persona que busca la menara de a través de su arte manufacturar piezas.

#### **Rosario Ramírez.**

Una emprendedora costarricense que desde hace varios años ha venido incurriendo en el mercado de las joyas con su emprendimiento Rosario Ramírez Joyería, a través de sus redes sociales promociona sus colecciones las cuales han tenido un impacto muy positivo en el mercado tanto nacional como internacional, ofreciendo joyas de calidad ha logrado

conquistar a los consumidores, su negocio ha dejado muy en alto a la región ya que su objetivo principal es a través de la naturaleza de Costa Rica crear piezas inigualables.

**Gato Negro.**

Es un emprendimiento presente en el mercado de la joyería artesanal desde el 2008, su propietaria la señora, Rebeca Zamora inicio este negocio creando piezas propiamente para ella, pero luego allí donde vio el potencial que tiene este sector en el comercio, en el 2009 fue donde la PYME tomó fuerza, y comenzó a venderse en 4 tiendas en todo el país, hoy por hoy esta cuenta con redes sociales como Instagram, Facebook, y su propia página web, donde están disponibles todos los accesorios que ofertan.

## Ilustración 12. Emprendimiento Gato Negro



Fuente: (Gato Negro , 2023)

### **AHM.**

Fundada por Adriana Herrera Muñoz, está presente en el mercado tico desde el año 2002, es decir, ya tiene más de 10 años, es fue otra de las compañías que NOVICA brindó su ayuda para que logran posicionarse y ser competitivo en el sector a través de las redes sociales y plataformas virtuales, gracias a esos medios se le ha dado un mayor crecimiento en la demanda lo que está siendo un beneficio por todo el crecimiento al que se ha enfrentado.

### **Milagro Cascante.**

Milagro Cascante es una emprendedora que al igual que muchos de los negocios de joyería artesanal aún no ha logrado conseguir el desplome de su marca, sin embargo, ella expresa a través de su experiencia que el arte de su joyería es inigualable, fue emprendimiento que surgió a raíz de la muerte de su esposo, y por sacar a adelante a su familia e hijos logro montar el negocio que hoy le da de comer, sus piezas son manufacturadas con un sentido de concientización dándole una segunda oportunidad a productos de desecho con los cuales fabrica sus accesorios.

Sin lugar a dudas, Costa Rica no es un país donde emprender sea fácil, muchas de las personas que actualmente cuentan con un negocio han tenido que pasar por un sinnúmero de requisitos, y “trabas” lo que les ha dificultado el desarrollo de su negocio, pero, han tenido la perseverancia para salir adelante, además que conocen el potencial que tiene el sector, que a lo mejor si en un futuro se le brinda el apoyo y la ayuda que requiere podría ser uno de los más destacables del territorio nacional.

### **Países Importadores de Joyería Artesanal**

En el 2021 se dice que el sector de la joyería artesanal estuvo en el puesto número 32 de los productos más comercializados en el mundo, “Los 4 principales países exportadores de artículos de joyería durante el 2021 han sido China, Suiza, India y los Emiratos Árabes Unidos con una participación del 13.5 %, 10.7 %, 9.9 % y 9.3 % respectivamente.” (Artesanía, 2019)(Pàrr.5). Como parte de los países que destacó de ser uno de los que destacó más con sus importaciones de estos accesorios fue Francia, con cerca de \$4,04MM en ese mismo año.

Otro de los grandes países que presenta un mayor consumo de estos accesorios es Italia, siendo Bolivia su principal proveedor, sin embargo en los años 2021, los bolivianos comenzaron a presentar una disminución en las exportaciones de joyas artesanales a su principal mercado, es decir, el italiano, la razón principal de esto se dice que fue un tema relacionado al Sistema Generalizado de Preferencia de Estados Unidos, por haber culminado en el 2020, se debía pagar aranceles incapaces de sostener para ingresar a ese mercado.

Sin duda alguna, el mundo cada día va más globalizado, la moda, es un aspecto que está muy relacionado con este tema dicho de otra manera: las personas se han vuelto muy

consumistas que incluso hay veces en las que con tal de obtener algo que les gusta , hacen todo lo posible es por ello que ha habido un consumo más agresivo de estos artefactos, las personas con el paso de la pandemia desarrollaron sus sentidos de compra por medio de Internet, incluso seres humanos que antes no sabían usar una computadora aprendieron porque se vieron en la necesidad de adquirir bienes y encontraron esta manera más sencilla.

### **Principales Países Productores de Joyería Artesanal**

Costa Rica va por buen camino, aunque hoy día no aparezca en el ranking de países más exportadores de joyería artesanal sin lugar a duda eventualmente lo podría lograr, como bien se ha destacado son muchos los emprendimientos que actualmente están emergiendo en este mercado y que tiene un potencial futuro. Según comenta Artesanía (2019) “Los 4 principales países exportadores de artículos de joyería durante el 2021 han sido China, Suiza, India y los Emiratos Árabes Unidos con una participación del 13.5 %, 10.7 %, 9.9 % y 9.3 % respectivamente. (párr.3)

De acuerdo con Parcerisa (2018) México es otro gran exportador:

CDMX - México es un país tradicionalmente joyero. Desde la época prehispánica en el territorio se han creado piezas únicas con metales y piedras preciosos. La creación de aquellas piezas se ha conservado a través de los años en el ADN de los artesanos a lo largo y ancho del país. No obstante, el camino que ha seguido la industria nacional no ha sido el de una gran expansión, con exportaciones exponenciales y numerosas sucursales de marcas mexicanas, el gran peso de la joyería en el país sigue estando en su fabricación artesanal. (párr.1)

México es otro de los países que destaca por ser un gran productor de joyería artesanal, los artesanos que hay en este país y ellos a través de sus piezas crean joyas únicas a mano, sus ventas son muy fuertes y ha logrado destacarse en el mundo, incluso se podría decir que es uno de los principales competidores para Costa Rica en LATAM, sin embargo, para los artesanos costarricenses es ahí donde existe la tarea de sacarle un mayor provecho

## El Mercado Europeo

El mercado europeo está conformado por varios países, Francia, Alemania, España, Bélgica, Letonia, Rumania, Portugal, entre otros. El mercado europeo es una de los más importantes y competitivos del mundo, este compite con potencias como China y EEUU, con el pasar de los años ha ido tomando más capacidad tanto demandante como ofertante, anualmente importa y exporta miles de millones, tanto así que, por su producto interno bruto, se le considera la segunda economía más relevante.

De acuerdo con Perez (2023) la política comercial de la unión europea se caracteriza por:

La Política Comercial de la UE es una política *transferida* por parte de los Estados miembro a la propia UE. Como competencia exclusiva, es únicamente la Unión la que legisla y celebra acuerdos comerciales a nivel internacional, buscando mostrar una imagen sólida y homogénea de la UE como un bloque comercial unido, con una estrategia única y común para todos los Estados miembro. (párr.5)

La unión europea es una asociación internacional formada por 27 países europeos, la cual pretende impulsar la cooperación económica, político y social entre los estados miembro. Todo esto surge a raíz de la segunda guerra mundial donde esta misma fue el resultado de búsqueda de paz e integración para dar garantía de un estado basado en derechos y que de esta manera se pudiese practicar el régimen de democracia representativa. De acuerdo con Nahum Montagud Rubio (2020) “La democracia representativa o indirecta es una forma de gobierno en la cual los ciudadanos con derecho a voto ejercen su poder escogiendo a unos representantes, ya sean personas en concreto o partidos políticos.” (párr.4)

### Ilustración 13. Países de Europa



Fuente: (Pixabay, 2022)

### Exportación

Se puede definir una exportación como el hecho de que una nación produzca bienes para ser enviados al exterior, básicamente es enviar una mercancía legalmente desde un país hacia otro siempre y cuando esta haya sido solicitada por el país importador, es decir, la exportación la realiza el país el cual va a vender el producto o servicio. Existen varios tipos

de exportaciones tales como, las exportaciones definitivas y también las exportaciones temporales.

Según Grudemi (2021) se define.

La exportación es la acción de enviar o vender bienes y servicios de un país a otro. Es decir, es una operación, ya sea comercial o no, en donde un producto o mercancía se envía fuera de un país. Se trata de cualquier servicio o producto que un país o territorio remite o despacha hacia un tercero para su utilización o compra. (párr.1)

### **Tipos de Exportación**

Existen muchos tipos de exportación, para todas las personas que deseen conocer sobre temas relacionados, a exportación e importante que conozcan de primera mano cuales son los diferentes conceptos que se manejan en el comercio sobre este término, para que de dicha manera puedan indagar y darse cuenta cual es el más conveniente y que se adapta más a sus necesidades, para que esta manera obtenga una experiencia bastante provechosa para al final obtener los resultados más rentables.

#### **Exportación definitiva.**

La exportación es cuando un producto se envía al extranjero y se sabe que este sale para no regresar nunca más, es decir será consumido o usado en el país que se exportó. “La exportación definitiva se define como el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. La exportación definitiva no está afectada a ningún tributo.” (parr.1) (Manual de comercio exterior , 2019)

#### **Exportación temporal.**

La exportación temporal es la salida de bienes o servicios de un país, pero con la intención de que la misma vuelva a su país de origen. Un ejemplo de este tipo de exportación puede ser, Costa Rica envía un producto “café” al extranjero para que este pueda ser empacado y luego este mismo deberá hacer una reimportación para que vuelva al país para posteriormente pueda ser consumido en el lugar o territorio donde fue producido. Otro caso

puede ser las obras artísticas como cuadros que pueden ser enviados a otro país para su debida exposición, pero luego regresan al país donde pertenecen.

Para cualquier exportación es necesario cumplir con una serie de requisitos, primeramente, la factura comercial, según Icontainers (2019) es “Es un documento legal emitido por el vendedor (exportador) al comprador (importador) durante la transacción internacional y funciona como una prueba de la venta entre comprador y vendedor.” (párr.4) conceptualmente la factura comercial es el documento donde se detallan los artículos de una compra y venta.

Otro importante requisito es la lista de empaque, según Chavez (2023) “Una lista de empaque no es más que un documento que cuantifica y detalla los elementos que hay dentro de una caja. Es fundamental en el proceso de exportación de artículos, ya que ayuda a garantizar que los envíos estén completamente detallados y que se compruebe que todo se envía según lo acordado.” (parr.1) Tal como lo expone el autor anterior, la lista de empaque es un documento, donde se detallan los datos más específicos de la carga vendida.

### **Principales Productos que se Exportan al Continente Europeo**

Desde hace muchos años Costa Rica y el continente europeo han venido creando cada vez más fuertes sus alianzas comerciales, el país exporta una parte importante a este destino, entre los productos que se pueden destacar se encuentra frutas como el banano, este alimento, que se produce el región norte de territorio nacional incluso estado incurriendo en el mercado Europeo con un sello de calidad, que es la huella diferencial del producto costarricense, lo que ha creado un marco de competitividad con otros productos y comerciantes de este bien agrícola en específico.

### Ilustración 14. Exportación Banano



Fuente: (Corbana, 2020)

Según la página web (UE en Costa Rica , 2021) destaca que los principales productos importados de Europa son: “Los principales productos exportados por la UE hacia Costa Rica son maquinaria (17%), vehículos (8%) y productos farmacéuticos (7%). Costa Rica exporta principalmente bananos, piñas y melones (43%), equipo médico (37%), y preparaciones alimenticias (5%)” y por lo tanto se puede ver que gran parte de lo que se envía al mercado europeo corresponde a frutas, los europeos conocen a Costa Rica con un país con un potencial sumamente grande en la producción de frutas, esto por el lugar donde se encuentra ubicado.

Otro producto importante que destaca en el mercado son los dispositivos médicos, ya que estudios han revelado que Costa Rica es uno de los países que cuenta con una de las mejores manos de obra calificada para la fabricación de este tipo de equipos, lo que le ha permitido colocarse en el mercado y tomar una posición bastante competitiva en cuanto a este sector, hoy día el territorio nacional está muy bien calificado e incluso compite con grandes productores de estos bienes como lo es Corea del Sur.

## **El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica**

Costa Rica se caracteriza por poseer buenas relaciones comerciales con muchos países, al día de hoy es un pacífico, y con buenas relaciones comerciales con muchos países alrededor del mundo, incluso ha sido apoyado por potencias mundiales bastante influyentes no solo en el mundo económico sino en el comercial, donde claramente ambos van muy de la mano, para que cada vez el desarrollo sea mayor, generando un impacto sobre cualquier nación.

De acuerdo con un artículo publicado por (Oficina de información diplomática de Costa Rica , 2023) el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la UE expone lo siguiente:

Costa Rica, al igual que sus socios regionales, ha ratificado el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, cuyo capítulo comercial entró en vigor en octubre de 2013. Costa Rica tiene un gran peso en este Acuerdo, ya que concentra el 50% del comercio de la región centroamericana con la Unión Europea. (p.4)

Este acuerdo comprende temas relacionados a política, cooperación y comercio, este permite un mayor acceso al mercado centroamericano al otro mercado de la Unión Europea y más allá de unirlos aduaneramente se enfatiza en unirlos de manera que no haya barreras a la hora de realizar la importación y exportación de mercancías. Para Centroamérica esta asociación sin duda alguna representa un total beneficio incluso hace que haya una mayor integración entre los países de América Central.

De acuerdo con un fundamentado por Alami (2023) se define un TLC como:

Un Tratado de Libre Comercio (TLC) es un acuerdo comercial entre dos o más países que establece reglas claras para el comercio entre ellos. Los TLC tienen como objetivo eliminar o reducir los aranceles y otras barreras comerciales entre los países que los han firmado. Estos acuerdos también pueden incluir disposiciones relacionadas con la propiedad intelectual, los servicios y la inversión. (parr.4)

Si bien es cierto el acuerdo que existe entre en Centroamérica y la Unión Europea no es en sí un tratado de libre comercio tiene similitudes como las de estos, ya que entre ambas regiones están trabajando en conjunto para sacar el mayor provecho a las relaciones comerciales que existen entre ambos. Quizá en un futuro y con el aumento de las exportaciones e importaciones entre las partes se pueda llegar a concretar un TLC que sustente mucho más las negociaciones.

### **Ilustración 15. Acuerdo de Asociación UE - Centroamérica**



Fuente: (Dokumen, 2020)

Sin duda, para Costa Rica, contar con socios comerciales como la Unión Europea es todo un beneficio, ya que esto le permite al país obtener una mayor captación de interés siendo beneficioso para muchos sectores, como por ejemplo el sector turismo, donde casi siempre los europeos que visitan el país lo hacen por su atractivo natural además de la cultura

que en términos generales es bastante diferente, por otra parte, también está la gastronomía que es muy llamativa para los extranjeros.

### **Demanda de Joyería Artesanal en Europa**

Países por los cuales está conformada Europa, tales como, Francia y España se caracterizan por ser una población que se interesa de una manera muy significativa en el lujo, el mercado joyero en estas regiones es muy destacable por este aspecto, existen muchas personas que pagarían millones por tener una joya que sea única y original,

De acuerdo con Artesania (2019) así se encuentra el mercado demandante de la joyería artesanal:

Lo más importante, es la perspectiva del comercio internacional de joyería. Puesto que, se ve favorable con las nuevas tendencias tanto tecnológico como de consumo hacen que este mercado pueda crecer sostenidamente en los próximos años. Encontrar clientes o consumidores de mercados emergentes con diferentes tipos de gustos abre la puerta a nuevos nichos de mercado. Y, sobre todo, una de las tendencias de consumo que se avizora son joyas que tengan una marca definida. Es decir, enfocarse a un nicho de mercado con una marca que la distinga. (pàrr.6)

### **Requisitos para Exportar al Mercado Europeo**

Si bien es cierto todos los países exigen una serie de requisitos para lograr exportar hacia ellos, sin embargo, la UE, últimamente ha enfocado su esfuerzo en verificar que los productos que para allí se exporten sean creados bajo estándares de sostenibilidad, últimamente todas las empresas y grandes potencias están más anuentes a colaborar y dejar un menor impacto en el medio ambiente y aunque como se expresó anteriormente Costa Rica y la UE tiene una muy buena relación comercial son aspectos que no se deben dar por sentados.

Según Eeas (2021) informa:

La Unión Europea y Costa Rica comparten una larga relación económica y comercial que se consolidó en junio de 2012 con la firma del Acuerdo de

Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica, así como su posterior puesta en vigencia en octubre de 2013. En términos de exportaciones, la UE es el segundo socio comercial de Costa Rica (20%), después de Estados Unidos (43%); sin embargo, Costa Rica es el socio más importante de la Unión Europea en Centroamérica. (párr.3)

Cuando se trata de saber los requisitos para exportar la promotora de comercio exterior es una entidad de gran apoyo, a través de su página web se encuentran los principales requerimientos para ser exportador tales como estar inscrito, es importante destacar que en este caso en específico lo que se pretende es exportar joyería artesanal, es fundamental hacer de conocimiento para comprador que los accesorios son creados sin ningún tipo de explotación, tanto ambiental como humana, más aún hoy día que se han dado muchos casos de explotación infantil.

En cuanto a requisitos para exportar, inicialmente toda persona que desee realizarlo, debe estar inscrita ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior como exportador, sin esto no podrá seguir con el proceso, este trámite es completamente gratuito y debe estarse renovando cada 2 años, casualmente este mismo se realiza en línea mediante el VUCE 2.0 y en caso que lo requiera dependiendo, del producto que vaya a exportarse es necesario hacer la inscripción como exportador ante otras entidades

Con respecto a los requisitos de documentos e la exportación como tal primeramente, debe contarse con la factura comercial, donde se establecen la condiciones de compra y venta entre las partes, también un documento que ampara el compromiso con el transportista, es cual es, el manifiesto de la carga, posterior a ello el Bill of lading, cuando la carga se transporta vía marítima, carta porte cuando es terrestre y guía aérea, este es el documento que ampara el hecho que la carga ha sido embarcada para su posterior puesta en ruta.


De la misma manera, se debe establecer en la compra venta, quien asume los riesgos, por si eventualmente la carga sufriera algún tipo de siniestro, tal de tipo natural o intencionado, es decir natural, por alguna tormenta o afectaciones por clima e intencionada por hurto. Es por ello, que es fundamental establecer quien asume los riesgos, dado que en el comercio internacional es muy común que existan este tipo de situaciones que no pueden ser

controladas, siendo una amenaza tanto para el vendedor como el cliente. Entre los documentos más importantes para exportar se encuentran los siguientes:

### La factura comercial.

Este es el documento fundamental y principal, de acuerdo con Logisber (2023) se plantea que “Una factura comercial provee todos los detalles importantes sobre el producto a tu comprador, a los agentes de carga, aduanas y bancos.” (párr.3). Básicamente es donde se explica lo que se vende y su valor comercial, para que este sea de conocimiento de todas las partes interesadas y que van a verse involucradas en el proceso, como logística, nacionalización y demás.

### Ilustración 16. Ejemplo de factura comercial

FACTURA COMERCIAL						
Fecha March 6, 2023			Núm. de Factura			
Exportador Dirección Ciudad/Estado/Código postal País Teléfono/Fax Persona de contacto			Consignatario Dirección Ciudad/Estado/Código postal País Teléfono/Fax Persona de contacto			
Número de identificación fiscal (EIN)	Peso Bruto Total	Transporte	Número de identificación fiscal (EIN)	Condiciones de Venta:		
Otro	Número Total de Piezas	AWB/BL#	Divisa			
Descripción del Producto	SA	País de Fabricación	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Cantidad total
Estos productos, tecnologías o software se exportaron de los Estados Unidos de acuerdo con las normas de administración de exportaciones. Desviación contraria a la ley de los Estados Unidos prohibida. Certificamos que esta factura comercial es verdadera y correcta.			Total parcial			
			Costo del flete			
			Costo de seguro			
			Valor total de la factura			
Por la presente certifico/certificamos que la información en esta factura es verdadera y correcta y que el contenido de este envío es como se indica anteriormente.						
Nombre		Firma		Fecha		

Fuente: (Templates, 2023)

### **Lista de empaque.**

Otro requisito, fundamental para saber a cabalidad lo que se está embarcando, de acuerdo con Mones (2022) “La lista de empaque, también conocida en inglés como packing list, nos sirve para tener un respaldo de las mercancías que se han cargado en el contenedor.” (párr.2). Tal y como se menciona, es un documento que ampara que lo que se están despachando, puede ser un documento conveniente para cuando haya disconformidades con respecto a lo declarado en los previos, etc.

### **Pedimento de exportador.**

Este es un documento para declarar que los aranceles han sido debidamente cancelados, de acuerdo con Drip Capital (2022), “Un pedimento de exportación es un documento presentado ante las autoridades aduaneras y fiscales para informar qué productos realizarán el despacho aduanero, además de que el pago de impuestos y aranceles referentes a las exportaciones se han realizado.” (párr.3). como se indica es un requisito para demostrar que los aranceles sobre dicho producto han sido pagados.

### **Certificado de origen.**

Documento que ampara que el origen donde se fabricaron las mercancías, como expone Martinez (2022) “El certificado de origen es un documento oficial que determina el país de origen en el que se ha fabricado el artículo exportado. El objetivo es facilitar los trámites aduaneros o comerciales de entrada a cada país.” (párr.4). Este requisito, ayuda a que en caso que lo aplique se pueda gozar de trato preferencial por los TLC que pueda existir.

### **Documento de transporte.**

Hace referencia al conocimiento de embarque o por su nombre en inglés, “Bill of landing” cuando la carga se maneja por medios de transporte marítimo, carta porte cuando la carga se trata de una logística terrestres y guía aérea cuando la mercancía viaja de manera aérea, este no lo emite ni el comprador ni vendedor, sino la persona a la que se le ha asignado para que movilice el embarque, básicamente se le podría exponer como un contrato de transporte.

De la misma manera existen los certificados de origen los cuales son documentos que amparan el hecho que el producto que se esté comprando fue hecho en el lugar de origen, no ninguno otro distinto, sin importar que este haya sido fabricado con materias primas provenientes de otras regiones, esto le da cierta confiabilidad al exportador para que este conozca bien de donde proviene su producto y no haya ningún tipo de inconveniente en el trámite.

Muchas personas se han creado la errónea idea que exportar es fácil, sin embargo, aunque en el mundo tan globalizado que se vive ahora la tecnología y los avances globales han colaborado a que la vida sea más sencilla, no han dejado de ser complicado ciertos aspectos. El comercio es lo que mueve el mundo, con la pandemia se dio fe que si el comercio se paraliza muchas personas incluso podrían morir, al no tener acceso a los productos, es por ello que siempre que se desee hacer una venta al exterior se debe proceder de la manera debida para evitar un sin fin de inconvenientes, que podrían perjudicar la vida humana.

### Ilustración 17, La cadena logística



Fuente: (Transeop, 2023)

Para que el comercio sea realmente factible hay una serie de variables que influyen en este para el correcto funcionamiento, tales como el caso de la organización de toda la cadena de suministro, esta debe organizarse la manera más efectiva posible para que así no existan sesgos que afecten la actividad distributiva. Inicialmente es obvio que toda empresa debe contar con su materia prima para producir lo que vende, y es desde ahí donde juega un papel sumamente importante el comercio.

Las empresas para su producción requieren en la mayoría de los casos, materias primas que se importan de otros países, por razones que en el lapso nacional no se producen o la producción se queda corta para la demanda. Por lo que para que las materias primas lleguen en tiempo y forma se debe hacer uso del comercio internacional, todo en este aspecto es una cadena que, si no se trabaja de la manera más apta posible, podría ocasionar serios problemas al abastecimiento de ciertos productos.

Al existir un desajuste en la cadena de suministro siempre se corre el riesgo de sufrir algún tipo de desabastecimiento, generándole serios problemas a la economía y la población en general. Es por ello que es fundamental que todas las empresas involucradas actúen de manera responsable. A nivel mundial existen muchas empresas que llevan años de carrera que solventan su buen funcionamiento, dejando como reseña su buen desempeño en el comercio internacional.

### **Aspectos importantes para la exportación de joyería artesanal costarricense al mercado europeo.**

Costa Rica, está caracterizado por poseer buenas relaciones comerciales con muchos de los países con los que comercia actualmente, gracias a ello, ha logrado su desarrollo con el pasar de los años y se ha visto como el país ha logrado salir a adelante con el apoyo de muchas potencias mundiales tales como los China, EEUU, Corea del Sur, entre otros. Cuando inició la pandemia, las personas consideraron que todo sería negativo, pero, por el contrario, fue allí donde surgieron muchos de los emprendimientos que hoy se encuentran posicionados en el mercado.

Para conquistar el mercado exterior es necesario conocer muy bien, cual es el público meta al que se quiere acceder, no basta con solo ofrecer un producto, debe haber mucho más

detrás del proceso, lo principal es investigar el mercado, en este caso, Europa, saber sobre su cultura, costumbres, las regulaciones, los aranceles, los precios, e incluso hasta la posible competencia, el europeo esta caracterizado por tener gustos por los colores no muy “vivos” es decir, que llamen mucho la atención, se inclinan más por accesorios clásicos, de colores neutros.

Otro de los aspectos es manejar la información sobre las regulaciones, y definir cuál será el método de envío, si se enviara por barco u por avión, además, verificar el estado financiero de la persona que aportara el capital para iniciar el negocio o bien para empezar a exportar, se debe investigar si existen asociaciones que brinden apoyo a todas las personas que deseen exportar para que así puedan tener una base de apoyo, como es el caso de PROCOMER.

Adicional, es fundamental contar con los métodos por los cuales se va a promocionar en el exterior, ya que además del e commerce ser una muy buena herramienta para esto nunca está de más el apoyo por otros medios tal como las ferias, exposiciones internacionales, las páginas web, y los muestrarios, con los emprendimientos es común que los clientes soliciten un muestrario para conocer cuáles son las piezas que se están comerciando. Los muestrarios, usualmente son gratis y los vendedores lo facilitan al cliente cuando este compra una pieza para que el misma pueda observar que otro artefacto vende y posiblemente se vea interesado.

Con respecto a las ferias internacionales, es claro que se debe tener el capital para lograr llegar a estas, sin embargo; al asistir a este tipo de eventos, se está expandiendo la posibilidad de darse a conocer, en dichas ferias muchos emprendimientos analizan a su posible publico meta, algo muy importante para poder negociar es conocer al consumidor, saber sus gustos para poder ofertar de manera exhaustiva. De la misma manera se debe pactar los términos de compra, más allá, de INCOTERMS, es conversar, ambas partes, de los precios, la moneda en la que se pagará, los mínimos de compra y demás,

Un punto recomendable es que, si una persona va a hacer una venta en el extranjero por una cantidad de piezas significativa lo mejor es que cuente con un contrato de compra y venta. Posterior a esto, para cerrar las ventas generalmente ya es donde esta todos los puntos claros, para enviarlo, como se ha mencionado anteriormente, la joyería al ser piezas pequeñas

sin mayor peso ni volumen, se maneja por paquetería, siendo el medio de transporte más rápido y accesible para estos productos, siempre y cuando se declare correctamente qué es lo que se están exportando, para el cual es necesario se conozca la fracción arancelaria.

Dependiendo de las especificaciones del producto que se esté exportando en algunas ocasiones se requiere la colaboración de un agente aduanal que colabore con todos los trámites, que puedan ser más enfocados a comercio internacional o respectivamente temas aduanales, además, para que este mismo sirva como representante ante las otras regiones.

## CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

### Enfoque

#### **Enfoque (cualitativo)**

Para Hernández et.al (2018), la investigación cualitativa estudia: (...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 7)

A lo citado Hernández *et.al* (2018) agregan: “(...) se plantea un problema de investigación (...). Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo al contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio.” (p. 7)

De igual forma los autores Hernández *et. al* (2018) sostienen que:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio. (pp. 7-8)

El enfoque cualitativo permite conocer de una manera más amplia las características y vivencias que las personas han experimentada a través de los años en relación al tema en estudio, en este caso el análisis del e commerce de la joyería artesanal costarricense con miras hacia la exportación al mercado europeo, este enfoque permitirá de una manera más específica conocer cuáles son las opiniones de los expertos en el tema para así interpretar cual ha sido hasta el momento las vivencias.

#### **Diseño (Cualitativo)**

**Fenomenología Empírica** (experiencia compartida. Su propósito es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias. Se obtiene la perspectiva de los participantes. Se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus

experiencias ante determinado fenómeno: sentimientos, emociones, etc. El investigador trabaja directamente con los participantes y la esencia de la experiencia compartida. Ver página 551 de Hernández y Mendoza 2018)

También se apoya en la temporalidad (tiempo vivido), espacialidad (espacio vivido), corporalidad (cuerpo vivido) y la racionalidad o la comunidad (relación humana vivida).

Para esta investigación se tomó en cuenta la fenomenología empírica ya que está a través de las entrevistas que se vayan a aplicar permitirá conocer cuáles son los sentimientos, las vivencias, experiencias, puntos positivos, negativos, factores de riesgo y diferentes situaciones y estados por los que los expertos en el tema, han transcurrido, así como determinar qué es lo que los define como conocedores de la materia y definir los puntos que vayan a poseer en común.

**Investigación Acción** (se indaga al mismo tiempo que se interviene) (Comprender y resolver temáticas específicas de una colectividad vinculadas a un ambiente, grupo, programa, organización o comunidad. Se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos y reformas estructurales. Cambio social, transformación de la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en el proceso de transformación: observar, pensar y actuar hasta que todo quede resuelto) (ver p. 554 Hernández y Mendoza)

Se eligió investigación acción ya que este permite tener un mejor conocimiento del tema en estudio, así como evidenciar los problemas específicos, información que se pretende recopilar por medio de las personas que hayan tenido vivencias o experiencias referentes a la situación y través de ello se hará posible aplicar las practicas que sean necesarias para la mejora del área que se encuentra en investigación, los interesados tendrán en un futuro una base para tomar a consideración posibles propuestas de mejora para los proyectos.

### **Población y Muestra**

**Población** (son todos los casos que concuerdan con determinadas características. Las poblaciones deben situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar, tiempo y accesibilidad, para esto se debe delimitar la unidad a estudiar) (conjunto finito o infinito con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio)

- ✓ Unidad de muestreo: determinar el tipo de estudio a elegir para determinar la población de estudio.

**Muestra.** (es un subgrupo de la población o universo que interesa al investigador, y será de quienes se obtendrá la información y deberá ser una muestra probabilística o no probabilística, representativa de la población (dependiendo del enfoque y diseño de la investigación))

### **Muestra Cualitativa**

El tamaño de la muestra o números de casos o unidades de muestreo se define a partir de: naturaleza del fenómeno, capacidad operativa de recolección y análisis, entendimiento del fenómeno, saturación de categorías.

La muestra se determina durante o después de los primeros ajustes de la investigación, es tentativa y se puede ajustar en cualquier momento, no es probabilística, no busca generalizar resultados sino profundizar en el fenómeno que se estudia. No es necesario que sea representativa de la población. En ocasiones una misma investigación cualitativa requiere de muestreo mixto o combinación de muestreos (si el diseño así lo requiere)

- ✓ Por conveniencia (casos disponibles a los que se tiene acceso).

Para Hernández *et.al* (2018), la muestra no probabilística por conveniencia hacer referencia a:

Muestras por conveniencia: estas muestras están formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso (Battaglia, 2008a). Tal fue la situación de Rizzo (2004), quien no pudo ingresar a varias empresas para efectuar entrevistas a profundidad en niveles gerenciales acerca de los factores que conforman el clima organizacional, y entonces decidió entrevistar a compañeros que junto con ella cursaban un posgrado en desarrollo humano y eran directivos de diferentes organizaciones. (p.433)

Se eligió este tipo de muestra no probabilística por conveniencia por su facilidad de poder obtener la información que se vaya a necesitar ya que es un método que brinda una mayor oportunidad de seleccionar a las personas que vayan a ser entrevistadas, según su

disponibilidad, proximidad e interés de colaborar con el tema investigado en este caso los individuos que tengan conocimiento sobre el comercio electrónico de la joyería artesanal costarricense con miras hacia la exportación al mercado europeo.

**Tabla 1. Muestra**

# Entrevistado	Puesto	Razón
No 1	Asesor Comercial	Conocedor de requisitos de exportación
No 2	Emprendedor	Conocimiento sobre exportación del producto.
No 3	Vendedor	Conocimiento del tema
No 4	CEO	Conocimiento del tema
No 5	Supervisor	Conocedor de ventas por e commerce
No 6	Gerente de Marketing	Conocedor sobre e commerce
No 7	Diseñador de Marketing	Conocedor sobre marketing
No 8	Promotora	Promotor de plataforma de venta en línea
No 9	Asistente de mercadeo	Conocedor de e commerce
No 10	Dueña de empresa	Empresa exportadora
No 11	Emprendedor	Empresa Exportadora
No 12	Encargado de SEU	Empresa con experiencia en exportación
No 13	Gerente de marca	Conocedor de ventas online
No 14	Emprendedor	Empresa comerciante venta online
No 15	Encargado de redes	Empresa fabricante

No 16	Asistente de mercadeo	Plataforma con experiencia en venta de joyería artesanal
No 17	CEO	Dueña de tienda online de joyería
No 18	Asesor	Conocedor de exportación de joyería artesanal
No 19	Gerente General	Dueño de empresa exportadora
No 20	Encargado de redes	Conocedor del tema

Nota: Cornejo, 2023

### **Unidades de Análisis (cualitativa)**

Las unidades de análisis generan las categorías pertinentes para el planteamiento del problema y explicar el fenómeno en estudio, pero, también puede surgir paulatinamente y deben ser relevantes:

1. El investigador revisa todo el material (conjunto de datos)
2. Se identifica un tipo de segmento para ser caracterizado como unidad constante).
3. Codificar para determinar pertinencia: codificación abierta (comparar unidades de análisis para determinar categorías relevantes para el planteamiento del problema).
4. El investigador puede mantener o cambiar la unidad.
5. UNIDAD – CATEGORÍA – CODIFICACIÓN (todas relacionadas unas con otras).
6. Categorías de análisis: técnicas para generarlas:
  - a. AGRUPAMIENTO: anotar temáticas vinculados al planteamiento, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez) y por último se agrupan.
  - b. TÉCNICAS DE ESCRUTINIO:
    - i. REPETICIONES: la más fácil para identificar categorías

- ii. **CONCEPTOS LOCALES** o usados frecuentemente en el contexto del estudio (expresiones reveladoras propias del ambiente al que pertenece el colaborador).
- iii. **METÁFORAS Y ANALOGÍAS** (ayuda a localizar categorías con significado).
- iv. **TRANSICIONES:** cambios que ocurren de manera natural en conversaciones e interacciones).
- v. **SIMILITUDES Y DIFERENCIAS** (del lenguaje verbal y no verbal).
- vi. **CONECTORES LINGÜÍSTICOS Y ADVERBIOS, PRONOMBRES O SIMILARES** (grupos de palabras y términos que las conectan).
- vii. **DATOS PERDIDOS O NO REVELADOS** (preguntarse qué falta o perdido).
- viii. **MATERIAL VINCULADO A LA TEORÍA** (se examina el ambiente o contexto, las perspectivas de los participantes y sus percepciones y lo que piensan de otras personas, entre otros. Relación entre las categorías y las preguntas de investigación y también buscar nuevas perspectivas).

**Tabla 2. Cuadro de Unidades**

<b>OBJETIVO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>Categorías</b>	<b>DEF. CONCEPTUAL</b>	<b>INSTRUMENTALIZACIÓN</b>
Determinar las posibles implicaciones del uso del e commerce para la joyería artesanal costarricense.	Implicaciones	Competitividad Confiabilidad Menor Inversión Mas accesibilidad al sector Sector retador	Para (Castagno, Iparragurrie , & Fornasari , 2018) “La implicación es una noción que proviene de la sociología y se refiere a la capacidad que tenemos los	De la pregunta 1 a la pregunta 5

		Estafas	sujetos de observar, analizar e intervenir en relación al objeto de investigación/acción” (p.42)	
Investigar el impacto que tendría para el país el crecimiento de las exportaciones de joyería artesanal al mercado europeo.	Impacto	Crecimiento económico Mas demanda Divisas Medios de promoción Inversión y desarrollo del sector	Para (Ayuso, 2018) “El concepto “impacto social” es muy amplio y puede referirse a todo aquello que afecta a la calidad de vida de los individuos y las comunidades. La actividad de las empresas genera múltiples impactos sociales —tanto positivos como negativos—(…)” (p. 3)	De la pregunta 6 a la pregunta 10
Identificar los requisitos para la exportación de joyería artesanal costarricense hacia el mercado europeo.	Requisitos	Inscribirse como exportador. Factura Comercial Packing List Certificados de Origen	Para (Ibañez, 2020) “Según la definición del PMBOK®, un requerimiento es la condición o capacidad que debe tener un sistema, producto, servicio o componente para	De la pregunta 11 a la pregunta 15

			satisfacer un contrato, estándar, especificación, u otros documentos formalmente establecidos.” (p.87)	
--	--	--	--	--

### Instrumento (cualitativo)

**Confiabilidad – aplicación repetida al mismo individuo, produce resultados iguales**

**Validez** - medición con exactitud de la variable.

- ✓ **Validez de contenido** (se mide la amplitud del contenido de la variable a medir).
- ✓ **Validez de criterio** (comparar resultados con otro criterio externo que busca medir lo mismo)
- ✓ **Validez de constructo** (que tan bien un instrumento representa y mide un concepto teórico)

Factores que pueden afectar la confiabilidad y la validez: la improvisación y aplicar instrumentos desarrollados en el extranjero que no han sido validados en el contexto

**Objetividad** – es el grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan. La objetividad se refuerza mediante la estandarización en la aplicación del instrumento (mismas instrucciones y mismas condiciones)

### Instrumentos Cualitativos

**Entrevistas** (es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra (entrevistador-entrevistado)

- **Estructuradas** (siguiendo una guía de preguntas específicas)
- **Semiestructuradas** (guía de asuntos o preguntas, pero hay libertad de agregar preguntas adicionales)
- **No estructuradas o abiertas** (guía general de contenido y el entrevistador tiene la libertad de ser flexible en la administración)

- **ELEMENTOS PARA COMPRENDER LA ENTREVISTA CUALITATIVA.**

1. **MUNDO DE LA VIDA** (es la vida de la persona y su relación con la propia vida)
2. **SIGNIFICADO** (descubrir e interpretar el significado de los temas centrales del mundo del entrevistado)
3. **CUALIDAD** (conocer lo expresado en un lenguaje común y corriente y no busca cuantificar)
4. **DESCRIPCIÓN** (descripciones relevantes de la vida de las personas)
5. **ESPECIFICIDAD** (situaciones específicas y no opiniones generales)
6. **INGENUIDAD PROPOSITIVA** (el entrevistador mantiene apertura plena a cualquier fenómeno inesperado o nuevo, en vez de anteponer ideas y conceptos preconcebidos)
7. **FOCALIZACIÓN** (centrarse en determinados temas, no está estrictamente estructurada con preguntas estandarizadas, pero tampoco totalmente desestructurada)
8. **AMBIGÜEDAD** (las expresiones de las personas a veces pueden ser ambiguas, reflejando así las contradicciones con las que vive una persona en su mundo)
9. **CAMBIO** (el proceso de ser entrevistado puede producir introspección por lo que en el proceso se puede cambiar descripciones o significados de cierto tema)

- 10. SENSIBILIDAD** (diferentes entrevistadores propician diferentes respuestas sobre determinados temas, dependiendo de su sensibilidad)
- 11. SITUACIÓN INTERPERSONAL** (el conocimiento se producirá a partir de la interacción personal durante la entrevista)
- 12. EXPERIENCIA POSITIVA** (se pueden obtener visiones nuevas)
- **PLANEACIÓN DE UNA ENTREVISTA**
  - 1. SELECCIÓN DEL TEMA** (clarificación conceptual y análisis teórico del tema que se investigará)
  - 2. DISEÑO** (uno de los siete)
  - 3. ENTREVISTA** (una guía y actitud reflexiva ante el conocimiento)
  - 4. TRANSCRIPCIÓN** (el material obtenido implica convertirlo en material escrito)
  - 5. ANÁLISIS** (se requiere decidir sobre la base de las preguntas y de los objetivos del estudio, cuál paradigma interpretativo será el más adecuado)
  - 6. VERIFICACIÓN** (confiabilidad y validez, consistencia de los resultados)
  - 7. PREPARACIÓN DEL INFORME** (consistencia en los criterios científicos y éticos de la investigación. Requiere una redacción que facilite su lectura)

### **Proceso de recolección de datos (ambos tipos de investigación)**

Según Hernández (2018) hace referencia a.

La recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se

convertirán en información) de personas, otros seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada unidad de muestreo. (p.443)

Primeramente, se hizo elección del tema en estudio y posterior a ello se definieron tanto el objetivo general como los objetivos específicos que serán los cuales darán la dirección hacia lo que se quiere estudiar e investigar en este trabajo, dicha investigación tendrá una muestra de tipo cualitativa, ya que este método permitirá conocer las experiencias, vivencias y todas las opiniones de los conocedores del tema, a graves de las preguntas abiertas que se vayan a aplicar.

Por medio de las unidades de análisis en estudio que se derivaron a raíz de los objetivos específicos, se procedió a realizar determinadas preguntas de cuestionario que se aplicarán a las personas expertas en el tema, ya definidas en la muestra. Luego finalizada la recolección de la información serán analizada cada unidad basándose en el punto dado por cada individuo, así como también se dará una definición siempre que sea posible para una mejor comprensión.

### **Fuentes de Información (ambos tipos de investigación)**

#### **Fuente Primaria**

Para la debida recopilación de datos en dicha investigación, y que la misma sea variada, se tomarán en cuenta elementos como libros, artículos científicos, tesis, tesinas, trabajos finales de graduación, noticias relacionadas a al análisis del e commerce para la joyería artesanal costarricense, con el objetivo de obtener información verídica. Por esto se accede a sitios donde se encuentran estos datos, páginas como Google Académico, Scielo y bibliotecas virtuales de distintas Universidades, Así como también y la más importante las opinión y experiencias de las personas entrevistadas.

Según Hernández (2018) menciona.

En todas las áreas de conocimiento, las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares, entre otras razones porque son las que sistematizan en mayor medida la

información, profundizan más en el tema que desarrollan, son examinadas y arbitradas por investigadores o profesionales experimentados (pares o colegas) y resultan altamente especializadas, además de que se puede tener acceso a ellas por Internet.

### **Fuente Secundaria**

Como parte de las fuentes secundarias se toman en cuenta, investigaciones de otros autores que vayan siempre y cuando relacionados al tema en estudio, así como también se considera como un aporte la información importante de enciclopedias, libros o artículos, que posean información que sea útil para dicho tema en estudio, en este caso que vayan relacionados al tópico de la joyería artesanal costarricense y la exportación de estos mismos accesorios.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Este capítulo se pretende elaborar un análisis la información recopilada a través de las entrevistas realizadas. Específicamente se destaca información la cual permite conocer acerca del análisis del e commerce para la exportación de joyería artesanal costarricense al mercado europeo. Las personas a las cuales se les realizaron las entrevistas son individuos con absoluto conocimiento del tema relacionado al comercio electrónico sobre la joyería artesanal de Costa Rica.

Para el análisis de este capítulo se tomaron en consideración las unidades derivadas de los objetivos específicos, de la misma manera se toman en cuenta las categorías que surgen 15 de las respuestas recibidas a través de las entrevistas. Dicho capítulo tiene como propósito realizar la interpretación de la información categórica, para brindar una contestación al problema de la investigación. Para abrir paso al desarrollo del capítulo se muestra una tabla donde se especifican las unidades con la categoría.

**Tabla 3. Unidades y Categorías de Análisis**

Unidad de Análisis	Categoría
Implicaciones	Competitividad Confiabilidad Menor Inversión Mas accesibilidad al sector Sector retador Estafas
Impacto	Crecimiento económico Mas demanda Divisas Medios de promoción Inversión y desarrollo del sector

Requisitos	Inscribirse como exportador. Factura Comercial Packing List Certificados de Origen
------------	---

Nota: Cornejo, 2023

### **Unidad de Análisis 1. Implicaciones**

En este apartado se hará el desarrollo de la unidad de análisis donde la misma detalla información acerca de las posibles implicaciones del e commerce para la joyería artesanal costarricense, se expondrán todas las implicaciones que los expertos consideran surgen a raíz del tema en estudio, por lo que en este espacio lo que se pretende es brindar la información recopilada por conocedores y personas que utilizan el comercio electrónico para comercializar los accesorios antes mencionados. Estas serán las categorías descritas a continuación:

1. Competitividad
2. Confiabilidad
3. Menor Inversión
4. Mas accesibilidad al sector
5. Sector retador
6. Estafas

#### **Categoría 1: Competitividad.**

##### **Descripción:**

Cuando se hace referencia a la competitividad se habla de la capacidad que se tiene para competir, en este caso se relaciona a los emprendimientos comerciantes de joyería artesanal, para ser capaces de esto se debe tener un cierto nivel que permita generar y entrar en el rango necesario para ser altamente competitivo, es decir si una empresa es capaz de producir una alta rentabilidad para destacar en el mercado se le puede resaltar como competitiva, para esto se debe hacer uso de la comparación y muchas veces va regido por la calidad y el precio.

- *“Más competencia en el mercado joyero”* (Entrevistado 2)

- *“Implica más competencia”* (Entrevistado 3)
- *“Que haya más competencia”* (Entrevistado 6)
- *“He visto que el sector cada día es más difícil por tanta competencia y eso se nos hace más difícil”* (Entrevistado 7)
- *“Aumento de la competencia”* (Entrevistado 9)

**Análisis:**

Se puede analizar que los joyeros costarricenses piensan que una de las implicaciones del e-commerce para el sector joyero artesanal tico, es la competitividad, muchos de ellos destacaron que al ser el Internet hoy día un medio tan accesible para todos y un mundo donde muchas personas ya no quieren trabajar para terceros optan por la idea de emprender es aquí donde se un panorama de tanta competitividad, lo que provoca que el mercado cada vez se vuelva más difícil.

Comenta Díaz (2020)

El principal problema al que se enfrentan las joyerías es la competencia por parte de las tiendas de bisutería fina ya que ofrecen productos con precios bajos y variedad de diseños y colores, a la vez estas tiendas se enfrentan a la competencia de las joyerías debido a que sus productos son calidad y duraderos. (p.37)

Si bien es cierto, al haber tanta competitividad todo negocio debe ofrecer un valor agregado, para que su empresa no se queda rezagada ni este fuera del rango top, sino que más bien sea conocida por ofrecer un valor agregado que vaya más allá de brindar un precio cómodo, hoy día las personas ya no se rigen tanto como en tiempos antiguos por temas de precio, los individuos ahora están tomando en cuenta también aspectos como el servicio al cliente y en negocios online, capacidad de respuesta.

## **Categoría 2. Confiabilidad**

### **Descripción:**

Sin duda alguna la confiabilidad es lo que una empresa debe brindar a todo comprador, la confianza se puede destacar como una capacidad emocional que tiene un ser humano de brindar familiaridad o cercanía hacia otros, en este caso la confianza aplica a cuando un consumidor confía en la capacidad que tiene un vendedor de suplir sus necesidades sin la necesidad de correr algún tipo de riesgo, sabiendo que facilita ciertos datos personales los cuales son requeridos para realizar tanto una compra y venta exitosa.

- “*Confianza...*” (Entrevistado 1)
- “*Implica que haya confianza...*” (Entrevistado 3)
- “*Que se confíe...*” (Entrevistado 4)
- “*Sitios seguros y que trasmitan confianza para vender...*” (Entrevistado 9)
- “*Páginas web seguras, confiables...*” (Entrevistado 10)

### **Análisis**

De acuerdo con los entrevistados otro de los puntos más importantes y que implica el uso del e commerce para la exportación de joyería artesanal costarricense no solo al mercado europeo sino para todo destino bien sea local o exterior, es la confiabilidad, es decir la confianza que haya por parte del consumidor hacia los negocios online, ya que si bien es cierto hoy día hay tantas personas que intenta estafar de muchas maneras y los sitios web son una herramienta bastante delicada que se presta para esto.

Según Vaught (2019) comenta:

La principal preocupación de los consumidores y de las tiendas electrónicas ha sido la facilidad de comprar y vender, de ofrecer variedad y de encontrar la forma más sencilla de entregar lo comprado; pero quizá las mayores preocupaciones han sido: facilitar el pago, dar tranquilidad a los

clientes de que lo comprado será lo que reciban, que la tienda reciba su dinero sin contra-cargos y que los datos personales y financieros de sus clientes estén siempre protegidos. (párr.4)

Tal y como se ha comentado la seguridad para un comprador es fundamental a la hora de comprar por Internet, siempre debe dársele al usuario el conocimiento que ninguno de los datos que proporcione va a ser para ningún otro fin que no sea comprar lo que este mismo desea, contar con métodos y sitios de pagos seguros es fundamental de lo contrario las empresas y comercios podrían perder credibilidad y su clientela ya que las personas con malas experiencias harán saber estos puntos negativos a los demás a través de las opiniones que a la larga traerá grandes consecuencias.

### **Categoría 3: Menor inversión**

#### **Descripción:**

Se puede definir como menor inversión al termino que implica un menor uso de dinero para la inversión o desarrollo de un proyecto, es decir un individuo que desee poner a andar un plan de negocio no tendrá que destinar tanto dinero para lograr sus objetivos en el mercado que desee incurrir, básicamente es un ahorro, que podrá utilizar a la larga en un gasto que pueda llegar a tener bien sea este sea previsto o imprevisto u bien podrá destinarlo a otro propósito que se plantee a futuro.

- *“No hay que gastar en tiendas física, se ahorra plata”* (Entrevistado 1)
- *“las tiendas virtuales son una ventaja para ahorrar”* (Entrevistado 4)
- *“Implica una menor inversión”* (Entrevistado 5)
- *“Muy accesible para quien no tiene dinero para hacer un negocio”*  
(Entrevistado 9)
- *“No hay que invertir tanto”* (Entrevistado 10)

### **Análisis**

Según las personas expertas en el tema en estudio otra de las implicaciones es el ahorro que se obtiene al tener una tienda online, ya que ellos mencionan que no es necesario invertir en locales, es decir, una tienda física donde además haya que pagar servicios públicos, patentes, basura y demás rubros que cobra en este caso la municipalidad de cualquier cantón de Costa Rica, por lo que los entrevistados mencionan esto como una implicación muy positiva.

De acuerdo con Banco Finandina (2020) se menciona que:

Tener un negocio de e-commerce, permite ahorrar en personal, en espacio físico y en insumos, por ejemplo; se economiza en papel. Si antes todo tipo de publicidad debía ser impresa para lograr una buena difusión hoy, al estar online, se pueden crear verdaderas campañas en formato digital y ser difundidas por la Web. (párr. 3)

Tal y como lo mencionaron las personas a la cuales se les aplicó la entrevista un negocio online es muy rentable para cualquier emprendimiento que quiera empezar a incurrir en el mercado, más que todo para el sector de la joyería artesanal costarricense, ya que apenas en estos últimos meses es donde se ha venido aumentando el potencial de este área en específico y más una que para que mercados como Europa no es tan conocido el talento que posee el tico en este tipo de accesorios por lo que el e-commerce es más factible que ir de buenas a primeras poner un local.

### **Categoría 4: Más accesibilidad para el sector**

#### **Descripción:**

La accesibilidad en este caso se hace referencia a los mercados comerciales, se puede definir como la facilidad que se tiene al poseer una mayor apertura para dar a conocer en este caso un producto o servicio, para cualquier tipo de individuo sin importar las capacidades o discapacidades que este posea, es decir, mayor capacidad para conquistar diferentes sectores o partes de la población bien sea nacional o mundial, mayor agilidad para que un comprador sepa de un bien que se está comercializando en cualquier lugar del planeta tierra-

- *“Por e-commerce o en Internet podemos vender más”* (Entrevistado 1)

- *“A través del e commerce nos puede ver cualquier persona”* (Entrevistado 2)
- *“el Internet con la globalización ha crecido mucho y esto nos ayuda a nosotros los emprendedores a llegar a más mercados y exhibir nuestras piezas”* (Entrevistado 4)
- *“En Facebook, Instagram o cualquier red no puede ver hasta alguien ni ande buscando joyería”* (Entrevistado 6)
- *“Tenemos más oportunidad de acceder a otros mercados”* (Entrevistado 7)

### **Análisis**

Los entrevistados expresaron que en internet pueden vender más, mencionaron que en los sitios web hay muchas oportunidades para darse a conocer, que, en aplicaciones como Facebook, Instagram se puede ser más visible para toda a la población, ellos destacan esto como un beneficio del e commerce, sin embargo, también destacan que podría ser un arma de doble filo ya que al haber más accesibilidad hay más competencia, lo que hace que el mercado sea mucho más difícil de segmentarlo.

Tal y como menciona Minderest (2021):

La accesibilidad de un e-commerce es su adaptación a las necesidades de cualquier tipo de usuario, incluidas las personas con discapacidad o los mayores. Aunque parece una premisa lógica, actualmente hay muchas tiendas online que no son accesibles y no facilitan la compra a las personas con algún tipo de discapacidad física o cognitiva. (párr.1)

Para navegar en sitios web solo se necesita un red a la cual conectarse para tener acceso a plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, entre otros, y es ahí donde las mayoría de tiendas de joyería artesanal hacen sus publicaciones para dar a conocer sus productos y sin duda cualquier persona del mundo lo puede ver, es así como estos podrían despertar el interés del mercado europeo tal y como se menciona en otro apartado de este

trabajo de investigación los europeos son característicos por su desparís en alhajas únicas que sin duda Costa Rica tiene para ofrecer.

### **Categoría 5: Sector retador**

#### **Descripción:**

Se puede definir como un sector retador a aquel que tiene muchas trabas o al cual definitivamente es difícil incurrir por los obstáculos que se puedan presentar en el transcurso en el que se desarrolla el proyecto en este caso un negocio online, que sin duda al comercializar de esta forma se toman muchos más aspectos que quizás ni siquiera repercuten cuando se vende forma física, por lo que se deben aplicar muchos más esfuerzos de los que se requieren con las demás formas de vender.

- *“El sector hasta ahora se está expandiendo más y esto hace que sea muy difícil ser rentable rápidamente”* (Entrevistado 1)
- *“Es un sector complicado, más al haber tanta competencia, hay que ofrecer un valor agregado realmente sustentable para destacar, eso ha sido lo más difícil”* (Entrevistado 5)
- *“La inseguridad o desconfianza hace a la gente difícil de venderle, hay que convencerlos muy bien”* (Entrevistado 7)

#### **Análisis**

Dadas las respuestas de los entrevistados cuando se le consultó como había sido su experiencia comerciando online joyería artesanal indicaron en sus respuestas que es un sector con muchos retos, el cual se podría decir que no es fácil y quizás por el poco apoyo que ha recibido por parte de las entidades debidas no se ha explotado al máximo su potencial, también por la competencia en propias palabras de uno de los encuestados hay que prácticamente “conquistar” al vendedor.

Según, Alfaya (2018) argumenta:

Como es evidente, en la industria de la joyería -y en cualquier otra- existen diferencias sustanciales entre las empresas grandes y las empresas de reducidas dimensiones. Ahora bien, ¿tienen que hacer frente a desafíos muy distintos? Pues no, no siempre. En realidad, muchos de los retos que se les presentan a unas y otras son similares, ya que ambos tipos de organizaciones se ven afectados por los cambios que se suceden en el entorno. (párr.1)

Por lo tanto se puede concluir en este aspecto que sí, en definitiva, el sector de la joyería artesanal no esta tan desarrollado en territorio nacional y tanto las grandes como pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de estos accesorios están destinados a enfrentarse a diferentes retos para destacar y lograr posicionarse y lograr la lealtad con sus clientes más aun cuando se vende por redes sociales, es importante que los artesanos brinden seguridad a sus consumidores y brinden ese valor agregado que ellos mismo dicen que estos solicitan a la hora de comprar.

### **Categoría 6: Estafas**

#### **Descripción:**

Se puede definir como estafa a la acción de estafar a alguien, es decir, consiste en robar dinero u algún objeto de valor, por medio de un engaño, acto totalmente ilegal y que puede ser penado incluso con privación de la libertad dependiendo de la gravedad del asunto, en este caso en específico se hace referencia a la estafa que existen y se dan muy a menudo con las comprar online, que es donde se engaña bien sea a la persona vendedora o compradora.

- *“Una implicación muy negativa del e commerce y que me ha pasado es que hay gente que intenta estafar con comprobantes de pago falsos”*

(Entrevistado 5)

- *“Ser víctimas de estafas”* (Entrevistado 8)

#### **Análisis**

Tal como lo mencionan los entrevistados, una desventaja muy peligrosa del e commerce, no solo para el sector de la joyería artesanal sino más bien para cualquier producto

que se venda por medio de Internet es las estafas, según comentan los expertos dedicados a vender por Internet el presentar comprobantes de pago falsos es una de las practicas más comunes de los estafadores y que sin duda alguna muchas marcas online habrán caído en la trampa, perdiendo tanto su inversión como confianza en este tipo de negocios en línea.

Según Gudiño (2021) se menciona lo siguiente:

“La apropiación/usurpación de cuenta, que es una forma de robo de identidad donde el estafador utiliza información personal sustraída para acceder a cuentas en línea o financieras de forma fraudulenta, todo esto con la finalidad de realizar compras no autorizadas, retirar dinero o incluso cambiar los datos de la cuenta.” (párr. 4)

Los delincuentes cibernéticos o hackers como se les llama más comúnmente, se han ingeniado muchas maneras de hurtar el dinero a personas que venden a través de las cuentas online, en Costa Rica muchas tiendas online de timos como que un consumidor del producto asegura haber hecho la transferencia para según el comprar el artículo que deseaba adquirir, pero según se comenta lo que hacen es enviar comprobantes de pago modificados con información que parece ser veraz, pero, cuando en realidad son completamente falsos.

### **Unidad de Análisis 2. Impacto**

En esta segunda unidad de análisis se hará la exposición de puntos relacionados a la repercusión que tendría para el país el crecimiento de las exportaciones de joyería artesanal costarricense al mercado europeo, en este apartado se detallaran todas las opiniones que los entrevistados consideren importantes para determinar ese incremento tomando en cuenta tanto los beneficios y desventajas que implicarían para el territorio nacional, y obviamente las empresas del sector joyero. A continuación, se desarrollarán las siguientes categorías:

1. Crecimiento económico
2. Mas demanda
3. Divisas
4. Medios de promoción
5. Inversión y desarrollo del sector

## **Categoría 1: Crecimiento económico**

### **Descripción:**

Esta categoría hace alusión al crecimiento que se da en la economía de un país, en este caso se habla de Costa Rica. Estos incrementos van regidos por distintos factores tales como puede mencionarse, el aumento de las exportaciones, que generan en este caso un ingreso monetario para el país, que a su vez provoca el intercambio de divisas, también puede darse por las inversiones que se realicen, entre otros. Sin duda el sector de la joyería artesanal y su incremento son muy importantes para los artesanos del territorio nacional.

- *“Ayudaría al crecimiento económico”* (Entrevistado 1)
- *“Mas economía para el país”* (Entrevistado 2)
- *“Se vería reflejado en un aumento de recursos económicos”* (Entrevistado 3)
- *“Aumento de los ingresos al país”* (Entrevistado 5)
- *“Mayor captación de utilidades para Costa Rica”* (Entrevistado 6)
- *“Aumento de la economía”* (Entrevistado 8)
- *“Crecimiento de la economía”* (Entrevistado 9)

### **Análisis**

La mayor cantidad de personas entrevistadas indicaron que en lo principal que repercutiría las exportaciones de joyería artesanal costarricense al mercado europeo sería crecimiento económico para el país, siendo esto un total beneficio para Costa Rica y un aspecto muy positivo para la nación, ya que esto permitirá un mayor desarrollo de la región e incluso se podría destinar dichos recursos para el sector joyero y así destacar su potencial.

De acuerdo con Flores (2023) destaca:

En muchos aspectos, Costa Rica es una historia de éxito en términos de desarrollo. Considerado un país de ingreso medio alto, Costa Rica experimentó un crecimiento económico sostenido en los últimos 25 años. Dicho progreso es el resultado de una estrategia de crecimiento orientada al exterior, basada en la apertura a la inversión extranjera, así como en una gradual liberalización comercial. (párr.1)

Costa Rica no es uno de los países más desarrollados del mundo, competir en muchos aspectos contra naciones potenciales del mercado de joyería artesanal como México, Perú, entre otros sin duda es una toda una amenaza pero dado el potencial que hay en el país y como sus artesanos tratan de manufacturar piezas atractivas y dejar muy en alto al país es todo un valor agregado que a la larga repercutirá positivamente, y tal como lo destacan los entrevistados esto será evidencia a través de un mayor crecimiento económico dándole así la oportunidad de mayor expansión.

## **Categoría 2: Más demanda**

### **Descripción:**

Cuando un producto es muy bien aceptado en el mercado se crea un interés por parte de los consumidores de adquirirlo de manera más frecuente, y en ciertas ocasiones se hace un uso desmedido o incluso compras compulsivas, y es ahí donde se crea la alta demanda, también sucede en circunstancias donde el bien que se comercia posee características como buena calidad, un precio muy competitivo. Muchas veces y haciendo referencia a accesorios relacionados a moda o estética, más que todas las mujeres suelen ser vanidosas, lo que provoca que la vanidad haga que crezca la demanda.

- *“Cambiaría la demanda, habría más demanda”* (Entrevistado 2)
- *“Aumentaría la demanda y por ende la oferta”* (Entrevistado 9)

### **Análisis**

Dos de los entrevistados destacaron que lo que cambiaría en el país con el aumento de las exportaciones de joyería artesanal al mercado europeo sería, un aumento en la

demanda, y efectivamente si habría más demanda, ya que al exportar más crece la capacidad o el deseo por parte del consumidor para adquirir este tipo de bienes, según el marketing las personas entre más comprar y son altamente satisfechas más quieren seguir adquiriendo y sumado a esto que a través de una tienda online no es tan difícil comprar.

Según, Sinequal (2022) concluye:

La demanda de la joyería artesanal ha crecido un 50% desde el año 2015. Esta demanda ha sido impulsada por una gran cantidad de empresas y por una gran cantidad de tiendas online como SINEQUAL. Pero ¿por qué esta demanda ha crecido tanto? Esta demanda ha crecido debido a que la gente quiere joyería que no sea como la joyería que se vende en las tiendas tradicionales. La pandemia del coronavirus nos encerró en casa, y a raíz de esta situación se vio reforzada esta corriente de pensamiento que implora a la exclusividad y a la vez a un componente social y ecologista, alejándose de los grandes actores del mercado para premiar el trabajo manual y dedicado que tiene lugar en los talleres artesanos. (párr.3)

El aumento de la demanda de estas piezas para Costa Rica y los artesanos sería muy beneficioso, haría que el sector se desarrolle más, también incluso se podría posicionar en el top de los países exportadores, con gran potencial dejando al territorio nacional muy por alto y que a su vez le haría destaca más en el mundo de la joyería, dándose a conocer a otros mercados no solo a treves del Internet sino también por las opiniones de satisfacción de los distintos consumidores en todo el mundo.

### **Categoría 3: Divisas**

#### **Descripción:**

Dicha categoría se deriva de las respuestas brindadas por las personas entrevistadas. Como bien se sabe la divisa proviene del dinero, esta corresponde a una moneda que posee las mismas propiedades que el dinero, pero que está a diferencia es útil en el mercado internacional, un ejemplo de ellos podría ser el dólar, o el euro, las cuales pertenecen a un específico lugar pero que pueden ser usados en territorios extranjeros sin perder su valor, únicamente deben sujetarse a el tipo de cambio con respecto a cada región.

- “*Mayor captación de divisas*” (Entrevistado 1)
- “*Mas divisas para el país, generando un cambio en el tipo de cambio*” (Entrevistado 3)
- “*Mas trazabilidad de divisas para CR*” (Entrevistado 6)

### **Análisis**

Según los entrevistados, como parte de lo que cambiaría en el país con el aumento de las exportaciones de la joyería artesanal al mercado europeo sería, un mayor aumento de las divisas que entrarían al país, ya que para nadie es un secreto que al haber más intercambio de productos entre un país y otro hay un mayor ingreso de divisas para el territorio exportador, y tal y como lo menciona uno de los entrevistados, esto también repercutiría en el tipo de cambio.

De acuerdo con Arroyo (2023)

Es importante tener en cuenta que el tipo de cambio es un indicador de la fortaleza económica de un país y puede afectar la inversión y el comercio internacional. Por lo tanto, el BCCR y el gobierno de Costa Rica pueden intervenir en el mercado de divisas para controlar el tipo de cambio y estabilizar la economía del país, siempre que lo que suceda afecte de forma significativa la estabilidad económica del país. Es cierto que el tipo de cambio también puede ser afectado por factores externos, como la fortaleza o debilidad de otras monedas, como el dólar estadounidense. (párr.7)

El valor de las divisas es tan importante que de estos depende el incremento u decrecimiento de los costos de los productos en una región, lo que va regido por el valor de la moneda en un país específico. Algo muy común que sucede y en lo que la divisa tiene efecto sobre una exportación es cuando las fluctuaciones afectan precio y hacen que bajen lo cual hace que se produzcan más exportaciones y sin duda para el mercado joyero artesanal claramente sería aun beneficioso muy cuantioso el que crezcan las exportaciones de estos productos.

#### **Categoría 4: Medios de promoción**

##### **Descripción:**

Los medios de promoción se podría decir que son una herramienta del marketing, la cual es utilizada para lograr objetivos en específicos, y a través de la promoción lo que se pretende es dar a conocer las características, beneficios y ventajas de un producto para que de esta manera los potenciales clientes terminen por comprar el producto, y mantener toda la información útil en la memoria de los consumidores para que estos sigan adquiriendo y se sientan satisfechos con lo que están comprando.

- *“Hacer más publicidad”* (Entrevistado 3)
- *“Promocionarse en diferentes sitios, que sean alcanzables para todo tipo de persona”* (Entrevistado 4)
- *“Pagar anuncios en sitios web más frecuentados”* (Entrevistado 7)

##### **Análisis**

Dentro de las características que los joyeros indican que deben mejorar para abarcar países del mercado europeo, indican que deben invertir más en la promoción o la publicidad, ya que el e commerce sí es cierto que es muy útil, sino se sabe manejar bien, puede ser contraproducente e incluso podría no estársele sacando todo el mayor provecho posible, es decir, una tienda online debe saber manejar sus redes sociales y saber dónde publicar sus post para que sean accesibles para todo público y de esta manera darse a conocer.

Romero (2019) destaca que:

Cuando hablamos de publicidad en e commerce, la que se realiza online a través de internet es la que se lleva la corona. Apta tanto para pequeñas tiendas online como para gigantes del e commerce, es perfecta para perseguir objetivos específicos (aumentar las ventas y conversiones, captar nuevos clientes) como para mejorar la notoriedad de marca. Una de las principales ventajas de la publicidad online frente a la tradicional, es que, además de ser muy accesible (podemos empezar con unos pocos

euros), permite una medición y seguimiento total gracias a las tecnologías de internet. (párr. 22-23)

Los medios de promoción han ido cambiando conforme el mundo se ha ido globalizando, cada día es más sencillo promocionarse, con tanta accesibilidad a Internet, resulta una tarea fácil, sin embargo, hay muchas personas que no creen en el potencial o que dejan de interesarse por otros mercados que incluso podrían ser más potenciales, es ahí donde destaca la importancia de darle una buena aplicación a los medios de promoción porque como tal y lo mencionan los entrevistados, deben publicar su joyería artesanal en los sitios web indicados para llegar hasta el mercado europeo.

### **Categoría 5: Inversión y desarrollo del sector**

#### **Descripción:**

En este apartado sobre inversión extranjera y desarrollo del sector, se hace referencia a cuando un país o bien sea una empresa invierte hablando de términos monetarios, en países para promover el desarrollo de determinado sector productor. Esto para generar que esa área específica crezca y tenga un potencial crecimiento en el territorio que se hace la inversión. En determinadas ocasiones cuando son empresas las que invierten lo hacen a través de instalaciones de sedes en los países extranjeros, el caso de la joyería artesanal costarricense sería por medio de invertir fondos, lo que a su vez repercutiría en el desarrollo de este sector.

- *“Por el talento que hay en nuestro país, se atraería más inversión”* (Entrevistado 1)
- *“Si nos damos a conocer en otros países, habría más interés en el país, incentivando la inversión, contribuyendo de manera indirecta al desarrollo del sector”* (Entrevistado 4)
- *“Inversión extranjera”* (Entrevistado 5)

#### **Análisis**

Los entrevistados consideran que Costa Rica podría salir beneficiado a raíz de toda esta negociación, sin duda alguna, algo que han dejado claro los joyeros artesanales es que el talento que tiene el país en este sector es muy bueno, sin embargo, algo que debido al poco

apoyo que ha recibido el sector no ha salido explotado al cien por ciento, por lo que no solo expresan que sería un beneficio para Costa Rica sino para esta área en específico, lo que tendría un impacto muy positivo.

De acuerdo con Feng (2023) se concluye lo siguiente:

Costa Rica cuenta con ventajas competitivas que posicionan al país como uno de los mejores destinos para invertir. Desde hace varios años Costa Rica es reconocido por su estabilidad política y esto ha proporcionado al país un buen clima de negocios. El 15 de mayo del 2020 el país se convirtió en el miembro número 38 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). El ingreso de Costa Rica a la OCDE significa que el país debe cumplir con altos estándares, pero al mismo tiempo mejora su competitividad y se convierte en un destino atractivo para la inversión extranjera. Otro factor clave que tiene Costa Rica es el talento humano, hay disponibilidad de mano de calificada para distintos puestos (Abellán, 2020). Además, el país está comprometido con el desarrollo sostenible, como mejorar la calidad de vida de los costarricenses, que es un aspecto que algunas empresas toman en cuenta para invertir en Costa Rica. (párr.2)

### **Unidad de Análisis 3. Requisitos**

En este apartado, se expondrán las categorías generadas a raíz de las respuestas que se aplicaron a los conocedores de los requisitos para exportar joyería artesanal costarricense generadas a través del e commerce, se incluirán en este punto todos esos requerimientos fundamentales e importantes a la hora de realizar una transacción internacional. A continuación, se detallan las descripciones y análisis de las siguientes categorías:

1. Inscribirse como exportador.
2. Factura Comercial
3. Packing List
4. Certificados de Origen

## **Categoría 1: Inscribirse como exportador**

### **Descripción:**

Se puede definir inscribirse como el acto de llevar a cabo el registro, esto con el fin de realizar algún tipo de trámite formal, en este apartado específico, se hace referencia a la necesidad de estar inscrito como exportador en el caso de Costa Rica antes PROCOMER, mejor conocida como la Promotora de Comercio Exterior, tal y como se menciona es la acción de llevar a cabo el registro ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior también llamada, VUCE.

- *“Se que el para toda exportación hay que estar inscrito en PROCOMER, tener la factura comercial, el PL, y certificado de origen si este llegara a aplicar”*  
(Entrevistado 1)
- *“Estar inscrito como exportador, la factura por lo que se está vendiendo o se vaya a exportar, el documento donde se detalla las medidas y peso”* (Entrevistado 3)
- *“Lo primero es estar registrado sino no se puede exportar, segundo la factura comercial para hacer la exportación”* (Entrevistado 4)
- *“Registrarse ante PROCOMER para poder exportar, la lista de empaque, emitir la factura comercial para hacer la venta en el exterior”* (Entrevistado 5)
- *“Registrarse a través de la ventanilla única de comercio exterior como exportador, certificados que aplican para los TLC”* (Entrevistado 10)

### **Análisis**

Como principal punto para toda persona interesada en realizar una exportación de cualquier tipo de producto es, estar inscrito como exportador, trámite que se puede realizar, ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior. PROCOMER, realiza asesorías para todos aquellos empresarios que deseen lograr la internacionalización y les sea más fácil este

proceso. Incluso cuentan con programas que poseen módulos donde se van desarrollando poco a poco los pasos para el desarrollo de una internacionalización.

De acuerdo con un artículo publicado en VUCE (2021) se menciona lo siguiente:

Las personas físicas y jurídicas que requieran tramitar operaciones de exportación ante el Sistema de Ventanilla Única deberán inscribirse previamente en el Registro de Exportadores que al efecto administra la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. Es por medio del sistema VUCE que actualmente se vinculan 10 instituciones de gobierno que realizan un registro de exportador permitiendo la centralización de todos los procesos en una plataforma informática. El sistema permite que la persona física o jurídica se registre como exportador ante Procomer y una vez finalizado este proceso se le habiliten las opciones para realizar el registro ante cada dependencia de las restantes 9 instituciones. (parr.1-2)

Es importante cumplir con todos los requisitos para exportar, gracias a la tecnología entidades como la Promotora de Comercio Exterior, han logrado buscar la manera de crear espacios que sean más sencillos a la hora de querer expandir un negocio más allá de las fronteras, con la capacitación que brindan sin duda han provocado en el comerciante un sentimiento de expansión a estos ver que cada vez son menos complicados los procesos para expandirse más allá del mercado nacional.

## **Categoría 2: Factura comercial**

### **Descripción:**

La factura comercial es el documento más importante a la hora de realizar una venta internacional, esta es donde se constatan todos los artículos que fueron vendidos, así como donde se declara su valor real y costos extras, como bien puede ser seguros, costo de envío y demás, este es un requisito fundamental a la hora de gestionar la logística para el envío de toda pieza o carga que se desee vender, así de la misma manera es requerida para la entrada del producto a su lugar destino.

- *“Se que el para toda exportación hay que estar inscrito en PROCOMER, tener la factura comercial, el PL, y certificado de origen si este llegara a aplicar”*  
(Entrevistado 1)
- *“Estar inscrito como exportador, la factura por lo que se está vendiendo o se vaya a exportar, el documento donde se detalla las medidas y peso”* (Entrevistado 3)
- *“Lo primero es estar registrado sino no se puede exportar, segundo la factura comercial para hacer la exportación”* (Entrevistado 4)
- *“Registrarse ante PROCOMER para poder exportar, la lista de empaque, emitir la factura comercial para hacer la venta en el exterior”* (Entrevistado 5)
- *“La factura comercial”* (Entrevistado 7)
- *“Registrarse a través de la ventanilla única de comercio exterior como exportador, certificados que aplican para los TLC”* (Entrevistado10)

### **Análisis:**

Es casi de conocimiento común que toda venta internacional debe tener relacionada su factura comercial donde se detalla lo que se está comerciando, este es un requisito indispensable a la hora de hacer una exportación, para cualquier destino al cual se desee enviar un artículo, sin este documento, que debe emitir el vendedor con toda la información general de la empresa no será nunca posible seguir con el proceso de venta y mucho cuando se trate de una adquisición por parte de un extranjero.

De acuerdo con Mundi (2022) se hace mención a lo siguiente:

Una factura comercial de exportación es un documento que define las rutas por las que viajará una mercancía específica y detalla algunas características básicas relacionadas a los costos e impuestos de su traslado, así como el detalle de los productos. Independientemente del medio de transporte que se elija para movilizar las mercancías, una factura comercial de exportación debe estar

presente en cualquier proceso de compra y venta de bienes, pues se trata de un requisito imprescindible para dar luz verde a la circulación de productos y comprobar la legalidad de la transacción entre el comprador y el vendedor. (párr. 5-6)

La importancia de la factura comercial es totalmente sustentable, aun así la compra y venta se realice vía online, el documento debe existir, ya que este la evidencia que la transacción fue realizada bajo las normas legales y sin ningún tipo de irregularidad, además que es requisito que va a exigir cualquier agencia a la hora de nacionalizar el producto en cualquier país alrededor del mundo e incluso con cualquier bien o servicio que se desee adquirir, e incluso las muestras necesitan de una factura comercial.

### **Categoría 3: Packing list**

#### **Descripción:**

Se puede definir el Packing list como un documento donde se detalla la manera en la que viene empacada la mercancía o las piezas, como es el tipo de embalaje bajo el que este fue enviado así como las medidas, peso y dimensiones, mismas que funcionan a la hora de que se quiera conocer cuál es el volumen y tonelaje, este requisito es al igual que la factura comercial un requerimiento indispensable que no pueda faltar para que efectúe con éxito la compra y venta y también para que no haya problemas en lo que sea que haya declarado que se vaya a enviar.

- *“Se que el para toda exportación hay que estar inscrito en PROCOMER, tener la factura comercial, el PL, y certificado de origen si este llegara a aplicar”*  
(Entrevistado 1)
- *“Estar inscrito como exportador, la factura por lo que se está vendiendo o se vaya a exportar, el documento donde se detalla las medidas y peso”* (Entrevistado 3)
- *“Lo primero es estar registrado sino no se puede exportar, segundo la factura comercial para hacer la exportación”* (Entrevistado 4)

- “Registrarse ante PROCOMER para poder exportar, la lista de empaque, emitir la factura comercial para hacer la venta en el exterior” (Entrevistado 5)

### **Análisis**

Gran parte de los entrevistados mencionaron la lista de empaque como un requisito para hacer una exportación, lo que es totalmente certero, es un documento que al igual que la factura se necesita para hacer una exportación, sin este requisito es imposible proceder con la transacción internacional ya que la importancia en está radica en que allí se relata todo lo que ha sido enviado, con sus pesos y dimensiones, así como el embalaje que fue utilizado para proteger las piezas.

Según Oliver (2020) se define como lista de empaque como:

El packing list (lista de empaque o lista de carga) es un documento al que en muchas ocasiones no se le concede demasiada importancia y sin embargo es uno de los documentos más importantes del transporte internacional. El packing list (listado de todo lo que vas a exportar, incluyendo el contenido, peso y medidas de cada bulto) debe ser lo más exacto y detallado posible. Esto ayuda a que las mercancías enviadas sean fácilmente identificadas (transportista, transitario, aduanas, clientes). (par.4)

Tal y como se menciona a la lista de empaque en muchas ocasiones no se le ha dado la importancia que este tiene, ya que si es un documento formal que debe detallar todos los artículos de la compra y venta, este a su vez es como una garantía que las piezas lleguen en orden y conforme a lo solicitado, y no se tenga ningún problema, ya sea que pase algo durante el tránsito, bien sea algún siniestro por causas naturales, o hasta cuando existen casos de robos a los transportistas que trasladan la mercancía.

### **Categoría 4: Certificados de origen**

#### **Descripción:**

Este documento posee la información acerca de donde se ha elaborado o fabricado determinado producto que está siendo parte de la compra y venta, este requisito es fundamental más que todo para las aduanas ya que define si el producto puede ser importado, a su vez este mismo funciona a la hora de querer aplicar un tratado de libre comercio para

obtener o gozar de la reducción de los aranceles que dicho bien deba pagar a la hora de ingresar al país destino.

- *“Se que el para toda exportación hay que estar inscrito en PROCOMER, tener la factura comercial, el PL, y certificado de origen si este llegara a aplicar”*  
(Entrevistado 1)
- *“Registrarse a través de la ventanilla única de comercio exterior como exportador, certificados que aplican para los TLC”* (Entrevistado10)

### **Análisis**

Como bien se menciona el certificado de origen funciona para que el exportador demuestre que la transformación que ha realizado de dicho producto es más que suficiente, para que se considere que el bien ha tenido una manufactura tal que se determine que ha sido realmente elaborado en el país de origen aunque se haga uso de insumos de otras partes del mundo, también como se indicó en ocasiones suele ser un beneficio para la persona importadora que hace que esta goce de una reducción en los aranceles que se deben cancelar.

Según Procomer (2020) define el certificado de origen como:

Como se vio anteriormente, el certificado de origen corresponde a un requisito para exportar bajo las condiciones de algún Tratado de Libre Comercio (TLC). Este corresponde a un documento mediante el cual se certifica que la mercancía exportada es originaria de Costa Rica, siempre y cuando se cumplan con las reglas negociadas entre los países signatarios del acuerdo comercial. (Pág. 9)

El certificado de origen además de mostrar como cierta originalidad en los productos y constatar que estos son provenientes de los lugares de donde se han fabricado son una ventaja para el importador ya que en el caso que aplique y bajo el tratado de libre comercio que rija y corresponda podrá cancelar una cantidad menor de aranceles por la mercancía que este importando, permitiéndole ahorrarse un poco más de dinero, que al final de cuentas es esta la razón por la que se han creado tantos TLC.

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

### **Conclusiones**

En este capítulo se procederá a desarrollar las respectivas conclusiones y recomendaciones de este trabajo de investigación, mismas que surgen a través de la información recopilada, y posteriormente del análisis de datos. Conclusiones

A continuación, se detallarán las conclusiones encontradas en este trabajo de investigación.

- Primeramente, se concluye que el sector de la joyería artesanal en Costa Rica no ha recibido la suficiente colaboración por parte de entidades estatales.
- Como segunda conclusión se tiene que, en el país hay mucho talento, incluso pequeñas y medianas empresas que apenas están surgiendo que tienen incluso mucho más potencial que las demás que ya se encuentran posicionadas en el mercado.
- Posteriormente, las personas dedicadas a este tipo de negocios poseen cierto desconocimiento sobre el potencial que tiene las redes sociales el cual podría ser la ventajoso sacar provecho de redes sociales como Facebook, Instagram.
- Por otra parte, se concluye que, los emprendimientos no están muy bien enterados de cuales podrían ser esos mercados en los cuales podrían ofrecer sus productos, tal como el europeo, aún desconocen gustos de los extranjeros, lo cual es un arma de doble filo.
- Se determino que, más que todo, las personas que ya son mayores y tiene este tipo de negocio, no invierten en publicidad online, además que no poseen el conocimiento del manejo de sitios web, medios de pagos seguros etc.
- Se concluye que, debido a la facilidad con la que hoy en día se crea un negocio online ha aumentado considerablemente la competencia, es decir, las personas en su búsqueda por emprender buscan la manera de crear una tienda online lo cual ha hecho que el mercado se vuelva muy exigente.

- Se llegó a la conclusión que debido a tantos mecanismos de estafa que han creado los ciberdelincuentes, los consumidores se vuelven cada vez más delicados, y cuidadosos con respecto al e commerce, por lo que a su vez se destaca que es trabajo de los vendedores crear en los clientes un sentimiento de confianza.
- Se concluye que una manera muy valiosa hoy día de hacer publicidad es través de los famosos influencers, ya que es lo que más está teniendo relevancia sobre el consumidor.
- De la misma manera, se concluye que para los orfebres de Costa Rica sería muy beneficioso, hacer uso del e commerce para la exportación de joyería artesanal hacia el mercado europeo, ya que atraería muchas ventajas tales como; aumento de la economía, atracción de divisas, aumento de la demanda.
- Se concluye que las personas actualmente no tienen mucho conocimiento en cuanto los requisitos y permisos hay que considerar a la hora de tener el interés de realizar una exportación y no solo de joyería, sino que desconocen para cualquier producto.
- Dado a la investigación realizada se puede concluir que uno de los factores que más se consideran como críticos son la competencia no a nivel de mercado nacional sino del mercado europeo, ya que si bien es cierto Europa goza de poseer joyas muy competitivas.
- Se concluye que, así como los clientes pueden sentirse amenazados por sufrir algún tipo de estafas, los orfebres de Costa Rica también sienten cierto tipo de temor por sufrir algún engaño con los pagos falsos o ilegales y demás.
- También se determinó que a través del comercio online y el talento que poseen los ticos al manufacturar joyas artesanales pueden ser un plus para la atracción de otros sectores tal como el turismo.

- Se toma como conclusión que el aumento de las exportaciones de joyería artesanal costarricense tendría un impacto significativo sobre las divisas entrantes al país, dejando cierta relevancia sobre el tipo de cambio y valor de la moneda nacional.
- Se puede concluir que, si bien hoy la relación comercial entre Costa Rica y los países pertenecientes al continente europeo es buena, con el incremento de las exportaciones de joyería artesanal por medio de las ventas online, podrían hacer que esta relación mejore aún más.
- Se concluye que en muchas ocasiones las pequeñas empresas, no cuentan con el presupuesto suficiente para realizar así sea publicidad online o pagar por campañas.
- Se concluye una vez realizado el análisis del uso del e commerce para la exportación de joyería artesanal al mercado europeo, que efectivamente los países de Europa son un mercado altamente potencial para iniciar la evolución del sector joyero artesanal tico y lograr así el desplome de un gran crecimiento.
- Por último, se concluye que, dado el análisis al uso del e commerce, este es totalmente factible, y accesible para todos aquellos interesados que deseen comerciar joyería artesanal costarricense al mercado europeo.

### **Recomendaciones**

A continuación, se detallan las recomendaciones más relevantes con respecto a la investigación realizada.

- Primeramente, se recomienda a las entidades como la Promotora de Comercio Exterior, Cámara de Comercio Exterior, a dar más apoyo a las empresas dedicadas a comerciar joyería artesanal, se les recomienda prestar más atención al potencial que tienen los artesanos ticos.

- Así como también se recomienda a las grandes empresas ya sustentadas en el mercado de la joyería artesanal a apoyar e instruir a las pequeñas empresas, ya que el mercado es muy amplio y pueden crear un ambiente sano competente.
- Se da como recomendación a las personas emprendedoras y más que todo a las que apenas vienen incursionando a despertar el interés en el potencial que tiene las redes sociales, como Instagram, Facebook y demás.
- Se les recomienda a artesanos joyeros costarricenses a analizar el mercado, la demanda, estudiar donde podrían estar esos posibles compradores y los mercados más exigentes, así como investigar la competencia para brindar un valor agregado y ser más potenciales.
- Otra útil recomendación hacia las tiendas online es que inviertan en publicidad en sitios web más visitados o paginas online más comunes para que así logran llegar a un mayor número de espectadores.
- Por otra parte, dada la alta competencia que hay debido a la facilidad de crear una tienda online, se recomienda a los emprendedores a generar cierta lealtad con sus clientes a través de la confianza, acabilidad, facilidad y demás, para que así no tengan migración de consumidores hacia la competencia.
- Se recomienda a los vendedores, contar con sitios web seguros, medios de pago certificados para que de esta manera no puedan ser víctimas de estafas ni lo vendedores ni los compradores.
- Se les recomienda a esas empresas que comercian este tipo de accesorios que aún no cuenta con paginas o tiendas online, que tomen la iniciativa de crear una para que así aumenten su demanda.

- Se recomienda a la Promotora de Comercio Exterior brindar asesorías a los empresarios interesados sobre los requisitos que se necesitan para exportar a cualquier destino del mundo.
- Otra valiosa recomendación para las tiendas joyeras artesanales es hacerle publicidad a su marca y negocios por medio de los llamados “influencers” no solo nacionales, reunirse con ellos para que les indiquen como quieren que den a conocer sus accesorios.
- Se recomienda a todas aquellas PYMES que no cuenten con el presupuesto necesario para invertir en campañas online, hagan uso de plataformas como Shopify o Woocommerce que son gratis y fáciles de manejar.
- De la misma manera, se recomienda a organizaciones como NOVICA dar asesorías y brindar el apoyo necesario para que los emprendedores sepan cómo hacer uso de e-commerce para vender, para promocionarse y sacarle el mayor provecho a las ventas online.
- Por último, se recomienda a los estudiantes de la Universidad Internacional de las Américas, desarrollar en otros ámbitos, tales como, el crecimiento del sector de joyería artesanal, así como la evolución del apoyo de entidades gubernamentales a este mercado específicamente.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA**

Dado el desconocimiento que existe en muchos de los temas relacionados tanto a la promoción online, como los requisitos para ser exportador, y la desconfianza que existe en comercio electrónico, se creó como propuesta una página web donde las personas que deseen adquirir conocimiento sobre estos temas podrán ingresar y conocer un poco acerca de varios puntos relacionados a comercio electrónico, exportaciones y promoción online, en dicha página web se comparte información variable y valiosa.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Crear una página web con información relevante sobre temas relacionados al comercio de joyería artesanal costarricense vía online

#### **Objetivos Específicos:**

Informar a todos los interesados sobre los pasos para la promoción online, medios de pago, entre otros puntos.

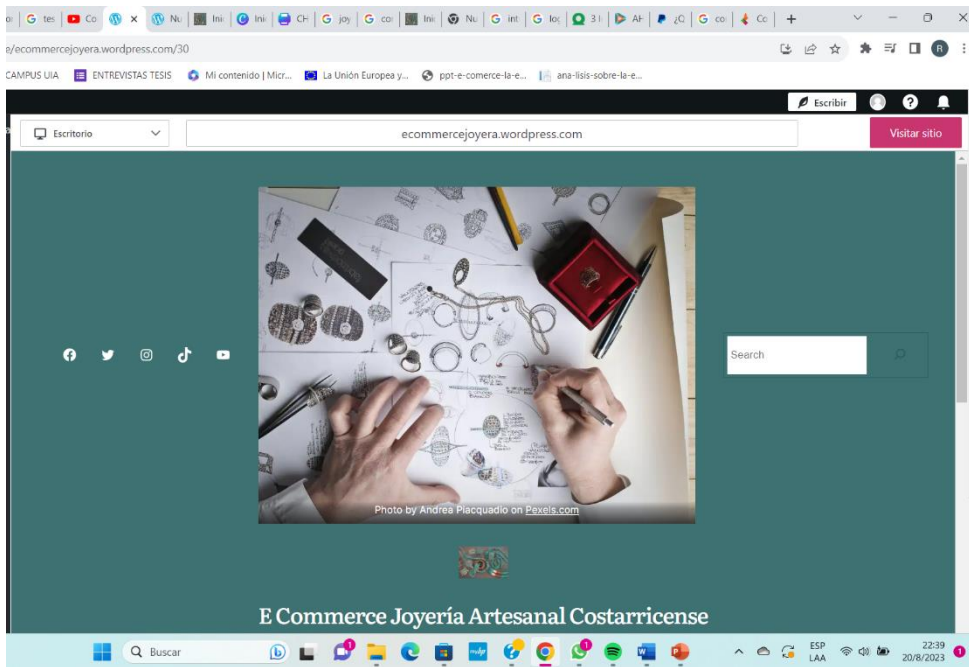
Mencionar cuales son las aplicaciones que más influencia tiene sobre el mercado online, así como la posible competencia.

### **Propuesta**

Se creó una página web donde las personas podrán tener acceso a información puntual, como por ejemplo, principales emprendedores ticos ya posicionados en el mercado, los medios de pago más utilizados a nivel mundial, las redes sociales con mayor tráfico de personas, los pasos para realizar una promoción online efectiva, y de la misma manera se destacó como una persona interesada en exportador pueda informarse sobre los requisitos para exportar o bien a quien puede recurrir si tiene dudas sobre dichos procesos.

Primeramente, se accede a la página principal, como puede observarse, la página lleva como nombre “E commerce Joyería artesanal costarricense”

## Ilustración 18. Portada



Nota: Cornejo 2023

Seguido podrán encontrar los pasos para promocionarse en línea.

## Ilustración 19. Pasos para promocionarse

The screenshot shows the WordPress admin interface for the website 'Commerce Joyería Artesanal Costarricense'. The page title is 'Como promocionarte en Línea'. The content is organized into four steps:

- Paso 1: Analizar el posicionamiento en mercado online.** Determine los recursos y herramientas con los que cuenta, la imagen, el contenido, frecuencia de publicaciones e interacción con el usuario, para que así determine donde está posicionado y que defina un objetivo.
- Paso 2: Estudiar la WEB** Verifique su nivel de tráfico, de donde provienen las visitas, analice las redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok, número de seguidores, engagement, defina cuál es su contenido más visitado y cuál es ese público que consume su contenido.
- Paso 3: Analice la competencia** Investigue la competencia, los productos que comercializan, los precios, busque puntos de mejora a través de plataformas como [semrush](#), posteriormente realizar un FODA, para conocer como puede mejorar usted ese servicio y dar un valor agregado a su consumidor.
- Paso 4: Publicitar en redes sociales** Haga publicaciones visualmente llamativas, publique en sitios internacionales como [jugado](#), [dabb](#), y sitios de turismo que son muy visitados por extranjeros, siempre agregue un espacio para que su cliente deje sus reseña y usted puede medir la satisfacción.

At the bottom of the page, there is a banner image showing various pieces of jewelry, including a ring and a bracelet. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 20:05 on 20/8/2023.

Nota: Cornejo 2023

Posterior, se despliega una ventanilla donde podrá encontrar información útil como la siguiente:

## Ilustración 20. Medios de pago



Nota: Cornejo 2023

También las redes sociales más convenientes para hacer sus publicaciones

## Ilustración 21. Redes Sociales



The screenshot shows a web browser displaying a WordPress page titled "Redes Sociales". The page content includes descriptions of four social media platforms: Instagram, Facebook, TikTok, and Twitter. The browser's address bar shows the URL "wordpress.com/page/ecommercejoyeria.wordpress.com/30". The Windows taskbar at the bottom indicates the date is 20/8/2023 and the time is 22:46.

### Redes Sociales

Instagram: Es la red social mas influyente hoy día, donde las personas a través de historias hacen publicaciones sobre los productos novedosos que están consumiendo, creando así un impacto sobre el consumidor.

Facebook: Es una de las redes mas antiguas que existen, inclusive, algunas paginas de venta online ya no la utilizan, sin embargo; al ser una de las mas antiguas, es la que es mas usada por la población, por lo que puede ser contraproducente no contar con esta página para la promoción.

TikTok: La app en tendencia, las personas pasan horas de horas, consumiendo el contenido de esta aplicación, y se ha vuelto muy común que las personas promocionen sus productos a través de esta, sin duda es una de las mejores ya que logra a través de un lapso corto promocionar los artículos.

Twitter: No es una app tan enfocada a la promoción, no obstante, existen algunos comercios que la usan como medio de promoción y no puede

Nota: Cornejo 2023

De la misma manera podrán visualizar algunos de los posibles competidores ya posicionados en el mercado.

## Ilustración 22. Joyerías artesanales costarricenses



The screenshot shows a web browser displaying a WordPress page titled "Principales joyerías artesanales en Costa Rica". The page content includes descriptions of three artisanal jewelry businesses: Gato Negro, Rosario Ramírez, and AHM. The browser's address bar shows the URL "wordpress.com/page/ecommercejoyeria.wordpress.com/30". The Windows taskbar at the bottom indicates the date is 20/8/2023 and the time is 22:47.

### Principales joyerías artesanales en Costa Rica

Gato Negro: Fundada en 2008 por Rebeca Zamora, posee 4 tiendas físicas en todos el país, cuenta con páginas en Facebook, Instagram y una pagina Web propia.

Rosario Ramírez: Emprendedora con gran potencial, tiene al menos 10 años en el mercado de la joyería costarricense y ha logrado incursionar en mercados exteriores.

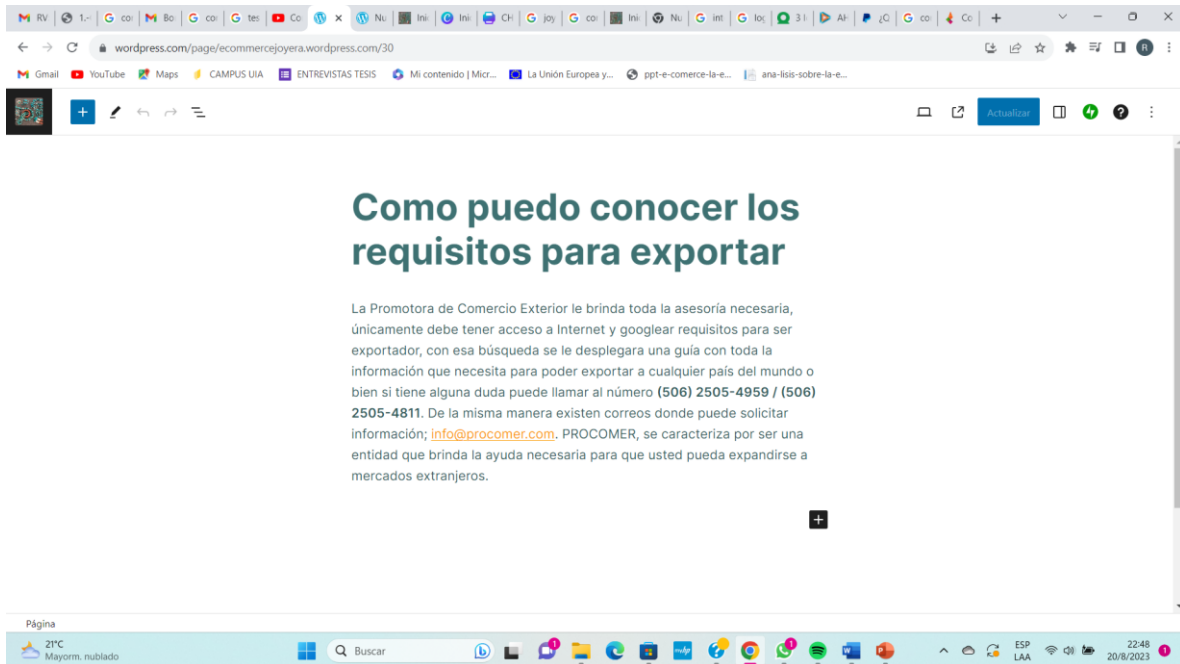
AHM: Creada desde el 2002, inició como un emprendimiento pequeño y hoy ha logrado posicionarse como una de las mas grandes del país, ubicada en Moravia, San José.

Milagro Cascante: Una emprendedora que inició su proyecto a raíz de la muerte de su esposo y busca el apoyo en la escuela para el sustento

Nota: Cornejo 2023

Además, se les comparte a todos los interesados en exportar como pueden conocer los requisitos y demás.

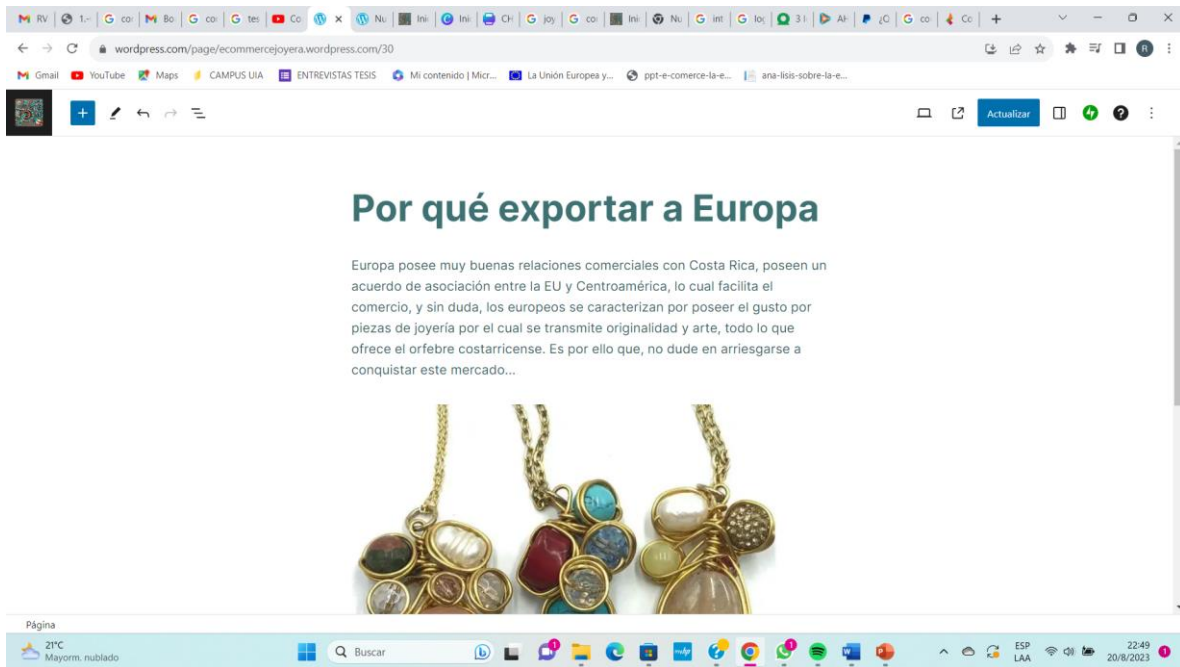
### Ilustración 23. Requisitos para exportar



Nota: Cornejo 2023

Y por último se brinda en un apartado, el motivo por el cual Europa puede ser uno de los mercados más potenciales para comerciar joyería artesanal costarricense.

## Ilustración 24. Por qué exportar a Europa



Nota: Cornejo 2023

En conclusión, el sitio web fue creado con la intención que las personas conozcan información básica sobre algunos aspectos relacionados a la joyería artesanal costarricense por medio de comercio electrónico.

Link de la pagina web:

<https://wordpress.com/view/e-commercejoyera.wordpress.com>

### **Bibliografía**

- Alami, Z. (2023). Obtenido de <https://www.internacionalmente.com/tratado-de-libre-comercio/>
- Alfaya, J. F. (2018). Obtenido de <https://www.925lab.com/desafios-empresas-sector-joyeria/>
- Arroyo, A. A. (2023). Obtenido de <https://www.unacomunica.una.ac.cr/index.php/febrero-2023/4438-debe-intervenirse-el-mercado-cambiario>
- Artesania* . (2019). Obtenido de <https://www.adonlexportar.com/joyeria-en-el-mercado-internacional/>
- Aucejo, E. (2023). Obtenido de <https://sell.emprendepyme.net/criptomonedas-en-el-e-commerce#:~:text=Las%20criptomonedas%20son%20consideradas%20una,de%20la%20situaci%C3%B3n%20del%20mercado.&text=Esta%20tecnolog%C3%ADa%20tambi%C3%A9n%20es%20posible,pago%20en%20la%20tienda%20online.>
- Ayuso, S. (2018). *La medición del impacto social en el*
- Banco Finandina* . (2020). Obtenido de <https://www.bancofinandina.com/finanblog/noticias/2020/04/20/ventajas-del-comercio-electronico/>
- Bee Digital* . (2020). Obtenido de <https://www.beedigital.es/marketing/tipos-publicidad-internet/>
- Bravo, C. (2023). Obtenido de <https://metricool.com/es/que-es-twitter/>
- Brown, M. G. (2022). *Estrategias de e-commerce por medio de un análisis FODA para la empresa Roche.*
- Camus, A. (enero de 2023). Obtenido de <https://getfairplay.com/como-funciona-el-marketing-digital-para-e-commerce/#:~:text=El%20objetivo%20principal%20del%20marketing,es%20mediante%20el%20marketing%20digital.>

- Castagno, M., Iparragurrie, M., & Fornasari, A. (2018). Obtenido de <file:///C:/Users/debyc/Downloads/abianco,+Journal+manager,+113+Castagno+A159+378-388.pdf>
- Chavez, J. (2023). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/lista-de-empaque.html>
- Corbana. (2020). Obtenido de <https://www.corbana.co.cr/banano-de-costa-rica-tendra-sello-de-origen-en-la-union-europea/#:~:text=Uni%C3%B3n%20Europea%20%E2%80%93%20Corbana-,Banano%20de%20Costa%20Rica%20tendr%C3%A1%20sello%20de%20origen%20en%20la,se%20exporta%20al%20Viejo%20Continente.>
- Coronel Pallaroso, A. C., & Milineros Miranda, R. A. (2021). *PLAN DE INVESTIGACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE COLLARES Y*.
- Cunningham, C. V. (2019). Obtenido de <https://medium.com/@candicevcunningham/the-difference-between-e-commerce-and-online-shopping-7a7fc86185c5>
- Delfino. (2021). Obtenido de <https://delfino.cr/2021/02/artesanos-costarricenses-cuentan-con-plataforma-especializada-para-exportar-en-linea>
- Díaz, A. S. (2020). *Competitividad entre joyerías y tiendas de bisutería fina legalmente*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/6123/3/124-467-1-PB.pdf>
- Dokumen. (2020). Obtenido de <https://dokumen.tips/education/acuerdo-de-asociacion-union-europea-centroamerica.html?page=1>
- Eeas. (2021). Obtenido de [https://www.eeas.europa.eu/costa-rica/la-union-europea-y-costa-rica\\_es?s=185](https://www.eeas.europa.eu/costa-rica/la-union-europea-y-costa-rica_es?s=185)
- Etecé. (2022). Obtenido de <https://concepto.de/competencia/>
- Falcon, A. M. (2022). *MARKETING DIGITAL Y LAS EXPORTACIONES DE PYMES DE LIMA*.
- Feng, X. (febrero de 2023). Obtenido de <https://delfino.cr/2023/02/costa-rica-un-pais-atractivo-para-la-ied>

Fernandez, Y. (2021). Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos>

Flores, C. (2023). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/costarica/overview>

Galan, J. (2018). Obtenido de <https://www.josegalan.es/metodos-de-pago-para-ecommerce/>

*Gato Negro* . (2023). Obtenido de <https://gatonegrocr.com/>

*Grudemi*. (2021). Obtenido de <https://www.google.com/search?q=La+exportaci%C3%B3n+es+la+acci%C3%B3n+de+enviar+o+vender+bienes+y+servicios+de+un+pa%C3%ADs+a+otro.+Es+decir%2C+es+una+operaci%C3%B3n%2C+ya+sea+comercial+o+no%2C+en+donde+un+producto+o+mercanc%C3%ADa+se+env%C3%ADa+fuera+de+>

Gudiño, R. (agosto de 2021). *La republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.net/noticia/conozca-las-principales-estafas-en-e-commerce-y-como-evitarlas>

Guerrero Núñez, F., Dalmasí Rodríguez , A., & Capellán De la Cruz , A. (2018). “*ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL Y*.

Herrera, D. A. (2020). Obtenido de <https://repositorio.ulacit.ac.cr/bitstream/handle/123456789/5852/046198.pdf?sequence=1>

Higuerey, E. (19 de Enero de 2019). *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>

Honores, M. C. (2021). *La incidencia de la innovación en la exportación de*.

Ibañez, J. (2020). Obtenido de [http://www.liderdeproyecto.com/manual/los\\_requerimientos.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20del%20PMBOK,u%20otros%20documentos%20formalmente%20establecido.](http://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20del%20PMBOK,u%20otros%20documentos%20formalmente%20establecido.)

*Iberdrola*. (2022). Obtenido de <https://www.iberdrola.com/innovacion/que-es-inteligencia-artificial>

*Icontainers*. (2019). Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/factura-comercial-que-es/>

Jimenez, J. (2022). Obtenido de Una criptomoneda es un activo digital que emplea un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, y controlar la creación de unidades adicionales, es decir, evitar que alguien pueda hacer copias como h

*Karati* . (13 de Abril de 2021). Obtenido de <https://www.karati.com/que-es-la-joyeria-artesanal-y-como-crearla/>

*Manual de comercio exterior* . (2019). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>

*Maria Amalia Revelo* . (2020). Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/1586-guanacaste-coqueta-con-mayoristas-europeos.html>

*MEIC*. (2020). Obtenido de <https://www.facebook.com/MEICCR/photos/compre-pyme-es-una-plataforma-creada-por-pymes-de-costa-rica-como-una-opci%C3%B3n-gra/2840581185977891/>

*Minderest* . (2021). Obtenido de <https://www.minderest.com/es/blog/la-accesibilidad-de-tu-ecommerce-es-importante#:~:text=La%20accesibilidad%20de%20un%20e,con%20discapacidad%20o%20los%20mayores.>

Molina, J. Z. (2020). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOMMERCE PARA LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE BISUTERIA ARTESANAL.*

MONGE, A. V. (2021). Obtenido de <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/84985/Tesis%20formato%20S>

- EP%2025oct21%20FINAL-  
firmado%20ACC\_MMV\_OQM\_AVM\_CSD\_LLS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montero Navarro , M. F., Morales Elizondo , Y., & Ramirez Rodriguez , J. M. (2019).  
Obtenido de file:///C:/Users/debyc/Downloads/45161.pdf
- Móran Camizán, M. T., & Santos Pérez, E. E. (2018). *IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO*.
- Morera, A. B. (2020). *Analizar las principales limitaciones y alcances del BAC San José, Mundi*. (2022). Obtenido de <https://mundi.io/exportacion/factura-comercial-exportacion/>
- Muñoz Sierra, C. S., & Torpoco Camasca, L. (2020). *Proceso de producción de la joyería de plata peruana para la Nahum Montagud Rubio*. (2020). Obtenido de <https://psicologiamente.com/cultura/democracia-representativa>
- Nicola . (Mayo de 2020). Obtenido de <https://www.nicolajoyeria.com/blogs/joyeria/todo-sobre-la-joyeria-en-costa-rica>
- Oficina de informacion diplomatica de Costa Rica* . (2023). Obtenido de [https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/costarica\\_ficha%20pais.pdf](https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/costarica_ficha%20pais.pdf)
- Oliver. (2020). *businexport*. Obtenido de <https://www.businexport.com/la-importancia-del-packing-list/>
- Parcerisa, C. (2018). Obtenido de <https://fashionunited.mx/noticias/moda/la-fabricacion-artesanal-el-valor-esencial-de-la-joyeria-en-mexico/2018102325482>
- Pedrosa, S. J. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/divisa.html>
- Perez, J. B. (Mayo de 2023). *rrryp* . Obtenido de <https://relacionateypunto.com/como-exportar-desde-la-union-europea/>
- Perez, M. (2021). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/confianza/>

- Pino, N. R. (2018). Obtenido de <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Pixabay*. (2022). Obtenido de <https://pixabay.com/es/illustrations/mapa-europa-continente-los-paises-5624038/>
- Procomer*. (2020). Obtenido de [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa\\_sobre\\_temas\\_de\\_comercio\\_exterior2020-03-17\\_17-54-02.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa_sobre_temas_de_comercio_exterior2020-03-17_17-54-02.pdf)
- Ramirez Diaz , M. D., & Castaño Lopez, B. D. (2021). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de joyería artesanal*.
- RD Station* . (13 de Mayo de 2020). Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/marketing-en-instagram/>
- Redator Rock Content* . (2019). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketplace/>
- Romero, A. (2023). Obtenido de <https://idital.com/poder-los-influencers-la-sociedad-actual/>
- Romero, D. (2019). Obtenido de <https://www.salecycle.com/es/blog/guias/publicidad-ecommerce/#:~:text=La%20publicidad%20en%20ecommerce%20es,tienda%20online%20o%20sus%20productos.>
- Ruiz Montero , A., & Tenorio Calderon , J. C. (2018). Obtenido de <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/17317/E1%20cl%C3%BAster%20de%20moda%20Estilo%20Costa%20Rica.%20La%20inserci%C3%B3n%20al%20mercado%20del%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sandra. (2021). *Director* . Obtenido de <https://www.director.cr/2022/11/23/como-funciona-un-ecommerce/>
- Santo, F. e. (2020). *Jorge Juan el Joyero*. Obtenido de <https://www.jorgejuanjoyeros.es/historia-de-la-joyeria>
- Sedoxo*. (2021). Obtenido de <https://blog.sodexo.co/caracteristicas-del-comercio-electronico-seguro>

- shum, Y. M. (2020). Obtenido de <https://yiminshum.com/social-media-costa-rica-2020/>
- Sinequal* . (2022). Obtenido de <https://sinequal.com/joyeria-artesanal-un-crecimiento-espectacular/>
- Solares, C. (2020 ). Obtenido de <https://ilifebelt.com/redes-sociales-mas-utilizadas-en-costa-rica-en-2021/2020/12/>
- UE en Costa Rica* . (2021). Obtenido de [https://www.eeas.europa.eu/costa-rica/la-union-europea-y-costa-rica\\_es?s=185#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20de%20exportaciones%2C%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea%20en%20Centroam%C3%A9rica.](https://www.eeas.europa.eu/costa-rica/la-union-europea-y-costa-rica_es?s=185#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20de%20exportaciones%2C%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea%20en%20Centroam%C3%A9rica.)
- Vaught, J. L. (2019). *Shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/factores-clave-para-confianza-en-ecommerce>
- Villalba, D. (16 de junio de 2020). *Pragma*. Obtenido de <https://www.pragma.com.co/blog/conoce-las-ventajas-y-desventajas-del-ecommerce#:~:text=La%20gran%20ventaja%20del%20comercio,cubrir%20los%20gastos%20de%20env%C3%ADo.>
- Villalba, D. (2021). Obtenido de <https://www.pragma.com.co/blog/conoce-los-tipos-de-ecommerce>
- VUCE*. (2021). Obtenido de <https://www.vuce.cr/que-es-el-sistema-vuce/registro-unico-de-exportador/>
- WPBEGINNER*. (2023). Obtenido de <https://www.wpbeginner.com/opinion/shopify-vs-woocommerce-which-is-the-better-platform-comparison/>
- Wynter, G. (2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers>

### Anexo

- 1- ¿Qué impactos considera que tiene el E commerce en el sector de la joyería artesanal costarricense?
- 2- ¿Cuáles beneficios cree que son los que obtienen las empresas de joyería artesanal costarricense a raíz del comercio electrónico?
- 3- ¿Cuáles son esos puntos o características del comercio electrónico que usted considera que más bien son una desventaja para los comerciantes de joyería artesanal en Costa Rica?
- 4- ¿Explique cuál ha sido su experiencia como comerciante de estos accesorios con respecto al comercio electrónico?
- 5- ¿Cuáles son los factores más críticos que se pueden presentar a la hora de querer realizar una exportación de joyería artesanal costarricense al mercado europeo?
- 6- ¿Cómo cree que repercutiría al país la exportación de joyería artesanal costarricense al mercado europeo?
- 7- ¿Qué cree que cambiaría en el país con el crecimiento de las exportaciones de joyería artesanal al mercado europeo?
- 8- ¿Usted como comerciante que acciones tomaría para solventar toda la posible demanda que se pueda dar a raíz de las exportaciones?
- 9- ¿Qué aspectos cree que debe mejorar su empresa para que pueda abarcar un mercado como el europeo?
- 10- ¿Qué rubros como país considera usted que Costa Rica debe desarrollar para ser una región competente ante el mercado europeo?
- 11- ¿Cuáles son los requisitos para poder ser exportador?
- 12- De toda la documentación o impuestos necesarios. ¿Cuál o cuáles son los más complejos de llevar a cabo y por qué?
- 13- ¿Qué son los requisitos que debe contemplar una persona para exportar joyería artesanal costarricense al mercado europeo?
- 14- ¿Cuáles son los requisitos o cumplimientos que exige el mercado europeo para exportar joyería artesanal?
- 15- De toda la documentación o impuestos necesarios. ¿Cuál o cuáles son los más complejos de llevar a cabo y por qué?

