

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS**

**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**COMERCIO INTERNACIONAL**

**ANÁLISIS EN EL ENCADENAMIENTO DE MATERIA PRIMA  
PARA LA EXPORTACIÓN DE JOYERÍA EXÓTICA DESDE  
COSTA RICA PARA EL PERIODO III CUATRIMESTRE 2018**

**MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO  
DE BACHILLERATO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**DILENIA KARINA BARBERENA LOAISIGA**

**TUTOR: MBA. JONATHAN SALAS SEGURA**

**Sede Central**

**Agosto, 2019**

## Contenido

Tablas.....	6
Dedicatoria y Agradecimiento.....	7
Dedicatoria.....	7
Resumen Ejecutivo.....	8
Planteamiento de problema de investigación.....	10
Objetivos de la investigación.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivo específicos.....	11
Justificación de la investigación.....	12
Antecedente de la investigación.....	13
Proyecciones de la Investigación.....	18
<b>CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA</b> .....	<b>19</b>
Comercio.....	20
Cultura exportadora.....	20
Globalización.....	20
Comercio internacional.....	21
Comercio exterior.....	21
Internacionalización.....	22
<i>Teoría de Raymond Vernon, 1966</i> .....	23
<i>Modelo de internacionalización relacionado a la innovación (Andersen 1993)</i> .....	24
Internacionalización de empresas artesanal.....	24
Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) en Costa Rica.....	25
Teorías orientadas a la internacionalización de Pymes.....	25
Teoría de las born global.....	26
Teoría de segunda generación.....	26
Materia prima.....	27
La alianza del Pacífico (AP) y la intervención de materia prima.....	27
Desafíos y reto de AP en materia prima para la joyería.....	28
Encadenamiento y su función en la Alianza del Pacífico (AP).....	30
Encadenamiento.....	30
Impacto del encadenamiento hacia atrás en Costa Rica.....	31

Encadenamiento hacia delante.....	32
La implantación del encadenamiento en Costa Rica.....	33
Encadenamiento productivo .....	34
Cadena productiva.....	35
Cadena de valor.....	37
Sistema de Valor .....	39
Modelos de buenas prácticas y experiencias del encadenamiento internacional.....	39
Tipos de Clúster y sus clasificaciones .....	41
Implicación del Clúster en Costa Rica.....	42
La dirección estratégica.....	43
Aplicación en Costa Rica la formulación estratégica.....	45
Característica de la materia prima .....	46
Joyas.....	46
Joyería.....	46
Joyería exótica.....	46
Metales utilizados en la joyería .....	47
Piedra preciosa .....	48
Característica de las piedras preciosas.....	48
Diamante .....	48
Esmeralda.....	49
Rubí.....	49
Zafiro.....	49
Perlas.....	50
Característica de las perlas por sus colores.....	50
Característica de las perlas por sus formas .....	50
Característica de las perlas por tamaño.....	51
Clasificación de las joyas para exportación según la CEPAL.....	51
Teoría sobre producción artesanal .....	52
Aspectos empresariales .....	52
Importación.....	53
Medidas que afectan a las importaciones.....	54
Valoración en aduana y normas de origen.....	55
Valoración en aduana .....	55

Normas de origen .....	56
Aranceles.....	56
Aranceles de importación Costa Rica.....	57
Clasificación arancelaria. ....	60
Proceso para exportación joyería exótica .....	61
Exportación .....	61
Estrategias de Exportación .....	62
Tipos de exportaciones .....	63
Exportación indirecta. ....	64
Prohibiciones asociadas a la actividad minera en Costa Rica .....	64
Perfil del sector de joyería en Costa Rica .....	65
Aspectos a considerar en el proceso de negociación .....	67
El uso de los INCOTERMS .....	67
Contrato de compraventa internacional .....	68
Análisis logístico vía aérea .....	68
Documentos opcionales.....	74
Normativas para la exportación de joyería de la Unión Europea (U.E).....	75
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>78</b>
Enfoque de la Investigación .....	79
Enfoque Cualitativo.....	79
Método de la Investigación .....	80
Fuente de la Información.....	80
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos .....	82
Instrumentos utilizados en la investigación .....	84
Cuestionario .....	84
Entrevista .....	84
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	<b>86</b>
Unidad de Análisis 1: Características del plan de comercialización .....	89
Categoría 1: Reconocimiento de requisitos para la exportación .....	89
Categoría 2: Intervención de Intermediarios de distribución y comercialización de materia prima .....	91
Categoría 3: Constitución de empresa exportadora .....	92
Análisis .....	93
Categoría 4. Plan de negocio .....	94

Categoría 5. La decisión de explotar la oportunidad .....	95
Categoría 6. Plan de negocios puesto en marcha .....	96
Categoría 7. Estudios de mercado Internacional .....	97
Unidad de Análisis 2: Factores que determinan la capacidad exportadora .....	98
Categoría 1: Canales de distribución .....	99
Categoría 2: Instituciones que colaboran en el proceso de exportación e importación .....	100
Categoría 3: Agente económico .....	101
Categoría 4. Importancia de los agentes económicos .....	102
Categoría 5: Expectativas del mercado y del consumidor .....	103
Interpretación de los Datos .....	105
Conclusiones de la Investigación .....	109
Recomendaciones de la Investigación .....	110
Referencias.....	112
Apéndice de la investigación.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Cuestionario de la investigación para tesina .....	120

## Figuras

Figura 1: Esquema de cadena productiva básica-----	36
Figura 2: Componentes de la cadena de valor-----	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
Figura3: Modelo conceptual de análisis estratégico basado en los recursos -	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
Figura 5: Clasificación de las perlas según la calidad-----	51
Figura 6: Sistema de consulta inec. total, de importaciones de materia prima para la joyería-----	60
Figura 7: Comportamiento de las exportaciones de joyería en costa rica-----	66
Figura 8: Costo logístico de las vías aéreas-----	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>

**Tablas**

TABLA 1.....	58
TABLA 2.....	81
TABLA 3.....	88

## **Dedicatoria y Agradecimiento**

### **Dedicatoria**

Quiero dedicar esta investigación en primer lugar, a Dios ya que gracias a él he podido concluir mis estudios, por darme la bendición de darme las herramientas necesarias para poder estudiar, a mi mamá, porque gracias a ella he podido ir a las clases con la tranquilidad de saber que mis hijos están en buenas manos y por todo el apoyo para cumplir mis metas, también mis hijos Sasha y Alexander que son mi motor de vida, gracias a ellos son mi motivo de lucha constante día tras día y no rendirme sin importar los desafíos, quien sin esperar nada a cambio, que iluminan mi vida con una sonrisa y amor incondicional y a todas aquellas personas que durante este tiempo en la universidad estuvieron a mi lado apoyándome para que este sueño se haga realidad.

### **Agradecimiento**

Agradezco la mi carrera a la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días ya que pude terminar mis estudios gracias al Fondo Perpetuo para la Educación por programa inspirado por Dios para ser autosuficiente y ayudar a las demás personas.

Además, quiero agradecer a mi tutor Jonathan Salas y a la filóloga Marcela Monge, a ambos por cada detalle, por dedicarle tiempo a corregir mi trabajo y aclarar mis dudas por darme una respuesta precisa, así como la paciencia y dedicación en mi trabajo de investigación.

## **Resumen ejecutivo**

La presente investigación, presenta un enfoque cualitativo, se elaboró un estudio del análisis en el encadenamiento de materia prima para la exportación de joyería exótica desde Costa Rica para el periodo III cuatrimestre 2018, por lo cual se busca exponer diferentes teorías y procedimientos del proceso del encadenamiento y su estructura, de tal forma que sirve como guía en determinar si cumple o no con los requerimientos necesarios aplicados al sector artesanal dedicados a la fabricación de joyería exótica, describiendo los beneficios y retos obtenidos en cada eslabón de la cadena.

En el presente estudio se demuestra que cada proceso de la cadena logística de las exportaciones de joyería costarricenses existe diversos retos, en la cadena de distribución, localización geográfica y de recursos, ocasionando problemas en la capacidad exportadora, para llegar al consumidor final, logrando una desventaja en competencia y plazas de distribución.

Por esta razón, se logra determinar que las empresas dedicadas a la fabricación de joyas exóticas en Costa Rica, en su mayoría Pymes para poder exportar necesitan trabajar en el desarrollo de sistemas de planificación, orientada por los programas de Procomer, a su vez en las necesidades económicas, sociales y destreza empresarial, y logra como resultado una herramienta precisa, que disminuya los riesgos de internacionalización, de forma que se vea reflejada en la demanda, insumos tecnológicos y productivo.

La principal conclusión a la que se llega radica en que se deben de desarrollar cellos de estándares de calidad que certifiquen legitimada de la procedencia en materia prima, la característica que es 100% hecho a mano y que distinga a Costa Rica como marca país en joyería artesanal, de forma que genere un reconocimiento distintivo de enfoca en el impacto positivo, apegadas a la norma ISO/DIS10712, a su vez vincular internacionalmente el comportamiento de este sector por medio de datos exactos y balances de integración comercial.

**CAPÍTULO I**  
**EI PROBLEMA**

## **El problema**

### **Planteamiento de problema de investigación**

Costa Rica se ha caracterizado a nivel internacional por ser un país con estabilidad económica, política y social, lo que le permite un goce de ingresos y calidad de vida, teniendo un peso fundamental en la economía de América Central y ofrece una facilidad para hacer negocios, logra atraer importantes capitales extranjeros, esta es la razón por la cual ha alcanzado esa imagen a nivel mundial.

Para el sector de joyero en la realización de joyería exótica o contemporánea en el país hay una delimitante de conocimientos en técnicas de comercio debido a uno de los factores con mayor dificultad en la búsqueda de antecedentes teóricos y prácticos por la falta de documentos que evidencien o concreten el oficio como tal y menos si es realizada de forma artesanal.

Las limitaciones del proceso de encadenamiento generan un reto para la presente investigación, debido a la falta de oportunidades con el poco o bajo nivel de conocimientos sobre técnicas para solventar las limitaciones de materia prima y el valor agregado desde su concepción pasando diferentes etapas de producción hasta la entrega final a los consumidores.

Según Gonzáles ( 2018) “La joyería se vende bien con extranjeros, el mercado de Costa Rica no es tan grande y yo sé que es el momento de la empresa de expandirse.” Sin embargo, existen diferentes limitantes presentándose por medio de los canales de distribución, certificación y licencias requeridos, que logra determinar la rentabilidad del producto terminado y la actividad del mercado extranjero, con carencias de fuentes de promoción, teniendo como efecto en limitaciones de comerciales, en determinación de rentabilidad y factibilidad del mercado extranjero esto debido a la afectación económica del momento.

A pesar que la que la industria presenta problema con la extracción de materia prima por las dificultades presentadas en la explotación de recursos naturales, esclavitud infantil y malas condiciones laborales, lo que busca es crear un balance en las normas y procedimientos aplicable

a la industria según la naturaleza del producto, composiciones materiales de fabricación, dimensiones, entre otras; para garantizar que estos no sean alterados o perjudiquen un orden jurídico.

Según Kann (2015):

“La mayoría de las empresas que comercializan joyas presentan con la limitante de actualizaciones de datos, no quedando claro su existencia de la actividad de exportación o importación, aunque la cámara de joyeros pide que estos se registren, debido a que la distribución es muy delicada por los tipos de materiales y la permanencia de contrabando o falsificación de joyas, la mayoría de las empresas son en base a elaboración propias.” (pág.16)

Por el temor a fracasar se fundamenta una mala percepción sobre el proceso de exportación, los medios de movilidad y negociaciones, estacando el crecimiento y optando por distribuir sus productos de forma local, en su mayoría son elaborados por artesanos y Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) por lo tanto se establece la pregunta siguiente.

- ¿Qué factores influyen el encadenamiento de materia prima para la exportación de Joyería Exótica desde Costa Rica para el III cuatrimestre de 2018?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

- Analizar el encadenamiento de materia prima para la exportación de joyería exótica desde Costa Rica para el periodo III cuatrimestre 2018.

### **Objetivo específicos**

- Identificar las oportunidades de apertura de mercado en el país de destino e instrucciones de apoyo.
- Determinar el proceso de importación de materia prima para la realización de Joyería.

- Investigar los requisitos y procedimientos para la exportación de artículos en joyería exótica.

### **Justificación de la investigación**

El presente trabajo que se realiza ayuda a identificar las razones para exportar, es decir busca una forma o guía para lograr una internacionalización y emprendimiento, se destaca los diversos productos, las competencias directas e indirectas, diversidad del entorno y se definen las estrategias de mercado para ofrecer un volumen de productos en forma estable y continua.

De acuerdo con Valdez (2012), la obtención de los datos tiene como finalidad que sirvan para crear una evaluación del comportamiento y condiciones ofrecidas para la exportación destacando la afinidad cultural y comercial tomando en cuenta la situación económica, política y geográfica, así mismo los procesos más efectivos para la obtención de materia prima para lograr un producto terminado de excelente calidad.

La trascendencia social que se presenta en esta investigación es debido a que muchas empresas o personas que desean aventurarse no tienen las herramientas necesarias o el conocimiento de la existencia de las mismas, por lo que tienen temor en vender a otros mercados de forma sostenible. Debido a esto nace la iniciativa de crear plataformas como NOVICA que tiene como finalidad el comercio electrónico con orientación social asociada a “National Geographic”, siendo consolidada a nivel mundial y “Artesanum” siendo así un proyecto social creado por Grupo Intercom de España.

Entidades como el Ministerio de Cultura y juventud (MCJ), Instituto Costarricense de Turismo (ITC) y Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) conjunto con la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) hacen su máximo esfuerzo para que estos proyectos sean promovidos de la mejor manera y el sector de joyería artesanal pueda aprovecharlo al tener como objetivo crear una alianza estratégica y establecer un piloto de logística y coordinación para impulsar el comercio.

Jiménez (2017) menciona que para una resolución de este problema real es buscar e identificar los nichos de mercado y permitir acercarse a los conflictos que tienen las Pymes para exportar, algunas empresas no tienen identificados cuáles son sus nichos en el exterior, hay otras que tienen problemas con su empaque y etiquetado, otras tienen obstáculos ante los ministerios y autoridades, por lo que se está tratando de atender las necesidades para ayudarlos por medio del simulador de negociaciones de Pymes para exportar a raíz de la falta de estudios de mercados y de distribución.

Andrés Gamboa, Director ejecutivo de Cámara de Exportadores de Costa Rica (Cadexco), indica en el periódico la Nación (septiembre, 2017) para el reportaje “Simulador de negocios expone dificultades para exportar” “Cada empresa es como una huella digital y por ende tienen necesidades diferentes.”

Podemos decir que no se puede generalizar las actividades empresariales y no se puede evaluarlas con un mecanismo estándar o generalizado de forma cada una de las pequeñas y medianas empresas presentan desafíos muy diferentes, algunas tienen conocimiento empresarial, pero no capacidad exportadora, otras tienen esta capacidad, pero no los recursos tecnológicos y financieros, y otras que del todo cuentan con los recursos necesarios para llegar a la madurez.

De acuerdo con los estadísticos de comercio exterior Costa Rica (Promotora del Comercio Exterior [Procomer], 2017) para 2013-2017 el porcentaje de exportación en artículos de joyerías y sus partes representa un valor de 12.6 y 26.4% esto indicando que los porcentajes son menores, comparados con otras áreas como la agricultura y ganadería, lo que se busca es crear información para que más empresas que deseen incursionar en este proceso de internacionalización puedan ser guiadas por este presente estudio.

### **Antecedente de la investigación**

Desde el comienzo de los tiempos el hombre ha tenido que trabajar para conseguir la materia prima, consiguiendo herramientas para facilitar un poco la vida, como elementos ornamentales se usaban piedras para la decoración y distinción, de esta manera logra dar forma a

pedras, los materiales utilizados inicialmente eran plumas, pedras, huesos de animales que cazaban, conchas de mar y madera, estos objetos eran fácil de encontrar y de fácil elaboración.

Seguidamente a materiales como el metal, la joyería no estuvo al margen de esta evolución, convirtiéndose en un arte y oficio artesanal cada vez más sofisticado, debido a que los orfebres lograban dar formas a los metales y pedras preciosas como las gemas, se tenía la carencia que las gemas tenían poderes mágicos, se pensaba que podían sanar determinadas enfermedades, otras eran desechas porque según la creencia daban mala suerte, en cambio otras daban buena suerte a quien la portaba.

Según Sánchez ( 2015):

La joyería ha representado un papel muy importante a través de la historia y en las culturas, empezado por la Joyería en Egipto, ellos usaban técnicas del repujado, el grabado y un excelente dominio en la soldadura, las pedras más utilizadas eran la carolina, el jaspe, amatista, turquesa y el lapislázuli, adornadas con esmalte y cristal, siendo así el oro el metal más utilizado, por lo que no tenían la necesidad de importarlo ya que tenían yacimientos del sur del país, siendo un símbolo de estatus y poder, seguido por la plata y de último el cobre.(pág.7)

Seguidamente dio paso a la joyería azteca teniendo como principal metal el oro, usando pedras preciosas como el jade, cuarzo, ópalo, la piedra lunar y la turquesa, debido a que era abundante en México y toda América del sur, sus diseños eran con temas religiosos para ofrenda a sus dioses, usando máscara de oro utilizadas en rituales, los guerreros usaban brazaletes de tobillos y muñecas, lo cual les servían como instrumento musical, emitiendo sonidos de la cola de la serpiente de cascabel.

Cultura Azteca (octubre, 2017) de acuerdo con la joyería en la Cultura Azteca: Las joyas prehispánicas de México, los aztecas utilizaban diferentes técnicas para trabajar estos materiales, una de ella era ser conocida como “técnica de cera perdida” la cual es muy parecida al modelo utilizado hoy en día, consistiendo talar una forma como una flor o animal en cera, decorando las pizzas mediante la inmersión de hilos, seguidamente la cubrían con arcilla y carbón, una vez que el metal estaba frío se rompía el molde y se retiraba para ser pulida.

Finalmente en la revista *Arte étnicas*, la joyería africana es utilizada para decorar el cuerpo de los indígenas con gran variedad de elementos de distintos significados según sea la ocasión, especialmente es utilizadas en danzas, rituales de matrimonio, ya que mientras más piezas tenga la persona de decoración el cuerpo representa un rol de riqueza, según sea el ritual así es utilizada la joya, los colores influyen en el uso como por ejemplo el amarillo ámbar representa al sol y mantiene el pueblo lejos de las sombras y gris tiene poder afrodisíaco.

En el mundo de las perlas pequeñas son usadas para decorar el cabello o engazadas en brazaletes y collares, estas suelen ser el componente principal de la seducción y la atracción, es usada por hombres y mujeres, los sacerdotes usaban cinturones, anillos para pies y mano e incluso se colocaban el pecho en el denominado “disco del alma” cuya misión era purificar el alma del jefe. Entre otros materiales utilizados son el bronce que representaba la dote de la prometida.

Según Nicolás Nicolas y Galindo ( 2017):

En la época del renacimiento en el siglo XIV y XV avanza significativamente gracias al descubriendo de otras culturas, y el comercio de piedras preciosas, tomando fuerza por el arte y la aparición de nuevos métodos de producción, convirtiéndose en tradición de cientos de años, hasta la actualidad en esta época se llevaron las técnicas de joyería a su máxima expresión, centradas en la armonía y el hombre con el mismo. (pág.13)

Según Monge (2012):

La joyería en Costa Rica forma parte de los productos no tradicionales, así como otros productos de sastrerías y textiles. Debido a esto nace la necesidad de crear esfuerzos de promocionar y diversificar las exportaciones e importaciones de estos productos, en el periodo de 1968-1983 las autoridades costarricenses crean el Centro para la Promoción de Exportaciones y de las Inversiones (CENPRO), mediante la ley 4081, hoy en día llamada Cámara Promotora de Comercio (Procomer). (p.10)

Con el propósito de brindar un marco legal que apoya a la promoción de exportaciones las autoridades deciden aprobar mediante la ley 5162 de fomento a las exportaciones, en el año 1976 con el fin de promover las exportaciones no tradicionales a mercado fuera del área centroamericana (terceros mercados) con el fin de otorgarle exoneraciones parciales de los impuestos para

importaciones y otros internos a la materia prima para la elaboración de producto terminado a la exportación. (Op cit, 2012)

La excesiva protección a las actividades sustitutivas de importaciones en 1968- 1983 creó que los resultados fueran muy pobres, debido a los resultados de las ventas externas, debido a que es sistema de arancel y otras barreras de importación permitían a los costarricenses producir bienes cuyo destino fuera Costa Rica o el resto de Centroamérica, con un valor agrado más del doble del valor que obtendrían sin dicha protección. (Monge, 2012)

Las exportaciones no tradicionales carecían de un marco conceptual claro por lo que no tenían lugar en el país, la política fiscal de imponer impuesto a las exportaciones, tanto tradicionales como no tradicionales fomentaban una política contraproducente para fomentar las ventas al exterior, manteniendo un sesgo en contra de las exportaciones generando una protección a las actividades sustitutivas de importaciones.

Como respuesta a la crisis económica que atravesaba el país en la Gran Depresión de los años treinta, las autoridades decidieron mantener una estrategia de sustitución de importaciones como modelo de desarrollo económico reconociendo la importancia de diversificar las exportaciones, creando contratos de exportación y el régimen de admisión temporal mediante la ley 6955 para el equilibrio financiero del sector Público, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica 1984 y así con varias reformas de Zonas Francas. (Op cit, 2012)

Se crean las negociaciones comerciales multilaterales en la sala A del Centro William Rappard actual sede de la Organización mundial de Comercio (OMC) en Ginebra para 1990, celebrando el proceso de Adhesion de Costa Rica al sistema Multilateral del Comercio. Por la insistencia de Arthur Dunkel, entonces Director General del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) conocida como Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles se da la adhesión Costa Rica siendo el miembro 100.

Para el país tendría un impacto al crecimiento económico y al desarrollo, abriendo las posibilidades para utilizar distintas herramientas del sistema del mecanismo de soluciones diferenciadas y hacer valer los derechos con una participación plena en las negociaciones y decisiones dela Ronda Uruguay siendo un compendio muy importante que constituye la base jurídica buscando impulsar objetivos específicos. (Monge, 2012)

El Programa de Promoción de Inversionista y Exportador (PIE) nace en 1984, como una gerencia que realizara las funciones de promover la recuperación y el desarrollo económico de Costa Rica para la vía de las inversiones en proyectos de exportación de productos no tradicionales dirigiendo sus esfuerzos de atracción de inversión extranjera, especialmente a la actividad de maquila de ropa (Op cit, 2012)

Debido a que esto se creó la estructura de promoción de inversiones formulándose con un plan de 5 años (1986-1990) estimando la generación de 15 y 17 mil empleos, principalmente entre 8 sectores que están la joyería, electrónica, metalmecánica, farmacéutico, textiles, plástico, agro y equipos deportivos, con la asesoría de la Agencia de Desarrollo Irlandesa (IDA), por su siglas en inglés), diseñando nuevas estrategias para la promoción de exportaciones, identificando las áreas que tenía ventaja Costa Rica.

Logrando la apertura de 3 oficinas en Estados Unidos (Nueva York, Atlanta, Los Ángeles) y 2 en Europa (Milán y París), con el fin de funcionar como brazos promotora del PIE, resultando el primer año de operación un éxito, estableciéndose 30 nuevas empresas que significaron 5,500 nuevos empleos duplicando la meta fijada para ese año, implementando la oportunidad de que las empresas nacionales colocaran sus productos al extranjero.

La inversión extranjera comenzó a ser atractiva, para 1993 debido a que el sector turismo atrajo \$22.7 millones, concentrándose en 9 proyectos de hoteles, beneficiando a la joyería, debido a que había una buena calidad de vida, con buen acceso a los servicios de salud y acceso a los recursos naturales, logrando tener excelente referencia, para las demás empresas extranjeras, esto se logró gracias a la ayuda de la Agencia de Promoción de Inversión en Costa Rica (CINDE). (Monge, 2012)

Debido a la necesidad de un marco regulador y de una institución que apoyara, organizara, fiscalizara y dirige nuevos procesos de inserción se creó el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) con el fin de planificar y monitorear los nuevos procesos de comercio, dicho ministerio data de 1983 bajo la presidencia del Presidente de la República Luis Alberto Álvarez, como fomento a las exportaciones adscrito a la casa presidencial y contaba con fondos externos facilitada por Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

Aun por la afectación de la crisis financiera mundial para el año 2009 muchas exportaciones decrecieron en especial las de café y té disminuyeron 41.1%, no obstante, la joyería aumentó en un 27.3% según fuente que proporcionó la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) teniendo como principales destino Europa, la Región del Caribe, América del Sur, América Central y Panamá Estados, destacando para ese periodo que Panamá y el Caribe presentaron mayo tasa de crecimiento positiva. (Op cit, 2012)

### **Proyecciones de la investigación**

Lo que se busca en la presente investigación es seguir el proceso de encadenamiento para la exportación de joyería exótica, que implica el proceso de obtención de materia prima, el procedimiento de elaboración y producto terminado ante la necesidad de internacionalización para hacerle frente a la competencia de otros mercados y encontrar nueva oportunidad de crecimiento y rentabilidad, verificando los comportamientos y normas de los productos según los tratamientos.

Encontrar las diferentes normas y leyes para garantizar la seguridad de las mercancías que se importan e exportan para una mayor comercialización de forma fluida, debido a que los mercados internacionales se caracterizan por ser demasiados competitivos, y estrictos con muchas normas origen y seguridad, por ser un producto que demanda mucho cuidado al transportarlo, delimitan las preferencias arancelarias y comportamientos especiales según la procedencia.

En Costa Rica un país que tiene mucho talento para la elaboración de joyería exótica, esta es realizada por artesanos en la orfebrería, debido a que se rinde tributo a la naturaleza y magia del trópico, teniendo como resultado un producto terminado único, contemporáneo, por lo que se busca observar el comportamiento de comercialización de este sector, y capacidad exportadora, según los cambios políticos institucionales y la liberación de los mercados.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO DE REFERENCIA**

## **Marco de referencia**

### **Comercio**

Cascante, Navarro y Vargas (2015), expresan que:

...el comercio es una práctica que se generó desde el principio de los tiempos, que comenzó con simples trueques de productos entre las personas, para posteriormente dar paso al intercambio de productos por oro y luego por dinero, con los cambios en las necesidades y las tendencias mundiales de producción y consumo, los actores económicos (empresas, personas, instituciones) de los distintos países también empezaron a cambiar sus formas de producir y comercializar, para llegar a mercados más allá de sus fronteras. (s.pág.)

Podemos decir que el comercio es la necesidad de obtener otros productos no que se tiene al alcance, para cubrir una necesidad.

### **Cultura exportadora**

Para Urmeneta, (2016) citado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), (1996) la cultura exportadora puede ser entendida como un "código cultural básico de la modernidad."

### **Globalización**

Glosario Cultural, (2018), define a la globalización, como "el proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global."

La Real Academia de la Lengua (RAE) define el término de globalización como la "tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales".

Se puede decir que la globalización es un proceso continuo y variable, que en muchos casos es aprovechado de forma poco ética, logrando como impacto el mayor consumo y generando

diferentes costumbre y movimiento cultural, donde se asocia la economía con el poder, y la riqueza, a su vez tiene como beneficios de comunicación en general, impulso de la ciencia y tecnología y mejor aprovechamiento de los recursos.

### **Comercio internacional**

Según Sánchez, (2018) indica” El Comercio internacional, es una actividad propulsora del intercambio de bienes, servicios, capitales y tecnologías entre los países, es hoy por hoy el componente más representativo de la riqueza y el poder del mundo.” (s.pág.)

Por otra parte, la Organización de los Estados Americanos O. E.A (2017) menciona “los países deben especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tenga ventajas comparativas, de donde nace la idea del intercambio entre naciones para satisfacer las necesidades de cada una de ellas, de estas ideas nace lo que hoy conocemos como comercio internacional.” (s.pág.)

El comercio internacional es un concepto muy amplio que refleja el flujo de relaciones comerciales internacionales (de una manera global). El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM], (2010) dice que es “el conjunto de movimientos comerciales y operaciones financieros que se realizan entre naciones que conforman la comunidad internacional.” (Pág.11).

### **Comercio exterior**

UNAM (2010). Conceptualiza el comercio exterior “es al intercambio comercial de un país en relación con los demás países, podemos decir que el comercio exterior establece relaciones entre dos diferentes economías, enfocado desde el lugar, o país, en que se encuentra.” (Op cit, 2010).

Por otro lado, Ceballo (2019) define el comercio exterior como “el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas.” (s.pág.)

### **Empresa exportadora**

Según Leandro (2009) expresa que la empresa exportadora es “la primera etapa de la internacionalización, esta es pasiva y consiste en exportaciones puntuales a mercados internacionales, presentada por dos características: la exportación desde el país de origen a algunos

mercados extranjeros y la concentración de actividades de la empresa en el país de origen.” (Pág. 20)

## **Internacionalización**

Fanjul (2017) define la internacionalización como:

...un proceso mediante el cual ésta desarrolla una parte de sus actividades en venta de sus productos, compra de suministros, producción, en otros países distintos al suyo de origen, puede iniciarse y desarrollarse de diferentes formas, según de la actividad, sector de la empresa, y país. (s.pág.)

## **Teorías de la internalización**

### **La teoría de la internalización (Buckley y Casson, 1976)**

Nunes (2017) hace referencia a esta teoría como la existencia de fallos o imperfecciones en el mercado para explicar la expansión internacional de las empresas, y en la expansión internacional mediante inversión directa en el extranjero. Estas imperfecciones, actúan como barreras al libre comercio y pueden inducir a las empresas a sustituir el intercambio en el mercado por la organización interna mediante la inversión directa extranjera (IDE), centrada en los costos de transacción, situaciones de incertidumbre, asimetrías de información, escasez de contratantes, racionalidad limitada o activos específicos, el riesgo del comportamientos oportunistas en los que la empresa deba incurrir para proteger sus derechos y, por lo tanto, ésta preferirá utilizar métodos de entrada que supongan un elevado grado de control.

### **La teoría ecléctica de Dunning (1977, 1979, 1980, 1988, 1995)**

Según Felix (2015), indica que esta teoría es una de las más relevantes para explicar el fenómeno de la internacionalización de las empresas, ofrece un marco de análisis general capaz de explicar no solo las causas sino también la distribución entre diferentes países en los que la inversión tiene lugar, proporcionando un mayor soporte, de la naturaleza ecléctica, caracterizada por combinar los elementos de ideas y posibilidades de aproximación a la expansión satisfaciendo las siguientes condiciones de capacidad, disposición e inversión directa en el extranjero:

**a) Ventajas de propiedad:** Hacen referencia a la propiedad de tecnología, economías de escala, diferenciación, tamaño, logrando obtener factores de producción más baratos o acceso exclusivo a marcas, mejor acceso a los mercados de producto final, capacidad -diversificación de productos o de procesos y utilización de recursos, etc; que poseen las empresas logrando obtener una mejor posición competitiva que aquellas otras que nos los poseen. (Op cit, 2015)

**b) Ventajas de internacionalización:** Al tener una posesión de activos intangibles; propiedad de tecnología, economías de escala, diferenciación, tamaño, mejor capacidad y utilización de recursos se crea una condición de reducción de los costos en tracciones, disminuye la incertidumbre en el comprador sobre la naturaleza y el valor de los inputs y crea una ventaja de extensión de sus propias actividades antes que externalizarlas a través de transacciones de mercado con empresas independientes.

**c) Ventajas de localización:** La naturaleza de estas ventajas depende de las características específicas del país, la industria y la empresa en particular con las alianzas empresariales, reduciendo los costes de transacción por medio de la reducción del riesgo y la mejora de las oportunidades locales, produciendo nuevas ola de adelantos tecnológicos como de la demanda de una producción, impulsada por la innovación que exige una mayor cooperación de los agentes económicos aumento de la competitividad dinámica. (Felix, 2015)

### **Modelo de internacionalización**

Existen diferentes teorías del modelo de internacionalización, cada empresa adopta este modelo según su necesidad y capacidad, cabe señalar que no existe una única teoría satisfactoria, es decir cada teoría concentra uno o varios aspectos parciales del fenómeno de la internacionalización, para efecto de esta investigación se señalan dos teorías, que son las más adaptadas al sector de artesanos en joyería exótica.

#### ***Teoría de Raymond Vernon, 1966.***

Según el Economista M, (2014) esta describe la etapa por las cuales pasa un producto cuando se traslada de un país a otro. Desarrollándose por los cuatros fases que son; introducción, crecimiento, madurez y declive. Ha sido sin embargo sumamente criticado ya que es considerado por muchos como una teoría de comercio exterior más que como un modelo de internacionalización, no contempla la existencia bidireccional de los flujos y secuencia del ciclo.

***Modelo de internacionalización relacionado con la innovación (Andersen 1993).***

Jara (2016) explica que este modelo de internacionalización se basa en las diversas etapas de adopción cada una caracterizada por estados psicológicos, comenzando los factores internos que empujan a las empresas, utilizando una psicología pro activa. Por otra parte, este modelo no explica cómo empieza el proceso de internacionalización y cómo los conocimientos experimentales de mercados extranjeros afectan los recursos comprometidos mientras que contiene conceptos inobservables que sólo generan explicaciones triviales del proceso de internacionalización.

***Modelo de internacionalización desde la perspectiva del empresario Anderson (2000)***

Considera R, Caqui y Y, Ruiz (2018) consideran que este modelo de internacionalización destaca el papel central del emprendedor, independientemente de la fase que se encuentra, ya sea en las primeras fases del proceso, o en empresas que ya son internacionales identificando los tres tipos de emprendedor:

***Emprendedor técnico:*** Combina la introducción de nuevos productos, con nuevos métodos de producción y la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o bienes semifabricados siguiendo una estrategia de atracción del consumidor hacia la marca (pull) y eligiendo el mercado de forma reactiva y es "empujado" hacia la internacionalización que se hace a través de su red de cooperación internacional. (Op cit, 2018)

***Emprendedor de marketing:*** Se enfoca en la apertura de nuevos mercados siguiendo una estrategia que va desde el productor final de la cadena al consumidor final ("push"), de forma proactiva en el proceso de internacionalización y crea nuevos canales para llegar a los clientes

***Emprendedor reestructurador:*** Tiene un enfoque en la reorganización de la industria actuado en industrias en madurez que, en su mayoría son internacionales y es un importante actor internacional. (R, Caqui y Y, Ruiz, 2018)

**Internacionalización de empresas artesanal**

Malca ( 2013) señala “ la internacionalización de empresas es el conjunto de operaciones que generan relaciones estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso que exige cada vez mayor compromiso y de perspectiva internacional” (Pág. 2), este

concepto lo podemos aplicar a las empresas artesanales que se dedican a la fabricación de joyería exótica en Costa Rica, debido a que tienen como meta expandirse a nuevos mercados.

Gil (2015) menciona “La internacionalización es un proceso en el cual una empresa logra traspasar las fronteras de su país de origen y se inserta en otros mercados, en otros países, para poder colocar sus productos u operaciones.” (s.pág.)

### **Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Costa Rica**

El estado de situación de las PYMES en Costa Rica (2013). Define el concepto de las pymes amparado en el artículo n° 3 de la ley 8262, indica:

Es una unidad productiva de carácter permanente y que cote al menos a dos de las cargas fiscales, sociales y laborales que existen el país, estas cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos. (Pág. 5)

### **Teorías orientadas a la internacionalización de Pymes**

Existen muchas teorías que se han aplicado en el tema de internacionalización, estas se han modificado y orientadas a las Pymes, dedicadas a la fabricación de joyerías exóticas, tienen como fin analizar el comportamiento de apertura de mercado, la estructura y producción con el objetivo de perseguir y aumentar los ingresos, adaptándose al modelo de negocio más adecuado, según el enfoque se quiera lograr para poder destacarse según la oferta y demanda.

### **Teoría de redes**

Malca (2013) enfatiza la teoría de redes por Johanson y Mattson (1988) como “la función de las interacciones continuas entre las empresas locales y sus redes internacionales, con las oportunidades de los mercados exteriores, llegando a las empresas locales, a través de los miembros de su red de contactos internacional.” (Pág. 5)

Se considera como redes de negocio a todas las empresas que tienen una cartera de clientes, distribuidores, competidores y cuenta con la intervención del gobierno, con el argumento de que a medida que el número de actores que interactúen a través de la red, aumenta las relaciones de desarrollar negocio con sus homólogos en países exteriores. Este fenómeno evoluciona de diferentes formas:

- a) Se forman relaciones con socios en países que son nuevos para las empresas internacionalizadas (extensión internacional).
- b) Se aumenta el compromiso en las redes ya establecidas (penetración).
- c) Integran las posiciones que se tienen en las redes entre diferentes países.

### **Teoría de las born global**

Diferentes estudios realizados por Madsen y Servais (1997) y Fillis, (2001). Se centran el fenómeno de born global, definiéndolo como “todas aquellas expresas internacionales reciente creadas, donde los factores que determinan su actividad obedecen a un enfoque global desde su creación, o que se internacionalizan en los dos primeros años de vida” (s.pág.). Madsen relaciona a las empresas con tres factores:

- a). Las nuevas condiciones del mercado
- b). Los desarrollos tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación
- c). Las capacidades más desarrolladas de las personas

### **Teoría de segunda generación**

Cardozo, Chavarro, y Ramírez (2005-2006):

Es una propuesta de la clasificación del modelo y teoría de internalización con base tecnológica para Pymes y consiste en la secuencia sistemática y planeada de actividades que, con el uso incrementan la información y, facilitan la incursión en mercados internacionales por parte de las empresas, en esta teoría se encuentra el modelo holístico que la que mayor se adapta al proceso de encadenamiento para la exportación de joyera exótica. (s.pág.)

### ***Modelo holístico***

En la perspectiva holística, el proceso de internacionalización se da en cualquiera (y en todas) de las partes de la cadena de valor de una empresa desde la concepción y de diseño de lo que se va a producir, pasando por la producción e incluyendo las fases usuales tales como la distribución y de comercialización. Con esta base, la internacionalización se concibe como el proceso de formación de vínculos externos transnacionales hechos por las empresas en el tiempo, a partir de su fecha de fundación. En este modelo se consideran tres tipos de vínculos: los direccionales (internos, externos y cooperativos), los internacionales (externa transaccional e interna o inversión) y los funcionales o de cadena de valor (I+D, producción, mercadeo–distribución) (Op cit, 2006).

### **Materia prima**

Para poder entender el proceso de encadenamiento de materia prima, tenemos que definir primeramente el concepto de materia prima debido que es uno de los eslabones más importante asociadas a una cadena de productividad, surgiendo desde extracción o producción primaria, hasta llegar al proceso de fabricación para el consumo final.

Según General (s.f.) menciona:

La materia prima son los recursos naturales que hombre utiliza para la elaboración de productos, extrayéndose de la naturaleza en su estado natural sin modificación o adaptación, para luego ser transformados en diferentes bienes con procesos industriales o artesanales, para elaborar o desempeña una labor, pues sin las utilidades de la misma no se podrían llevar a cabo su objetivo. (s.pág.)

Para el sector de la joyería se utiliza la materia prima con origen inorgánico (mineral) que comprende los metales como el hierro, oro, plata, cobre, aluminio. Con el transcurso del tiempo esta es combinada con el origen animal de donde se obtiene, cuero, seda, lana, perlas, entre otros.

### **La alianza del Pacífico (AP) y la intervención de materia prima**

Carlos Méndez, et al. (2014) menciona en el documento “La Alianza del Pacífico, Una nueva era para América Latina”

La Alianza del Pacífico (AP) es un bloque que potencializa los acuerdos de los países miembro entre sí y con terceros mercados como Asia-Pacífico, por lo tanto, es una plataforma y oportunidad de expansión para las empresas. América Latina se encuentra en un periodo de crecimiento económico dinámico, donde la innovación y la tecnología son la clave para ser competitivos en otros mercados, debido a esto se creó la Alianza del Pacífico, integrado por Chile, Colombia, México y Perú, teniendo como objetivo de avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, en las cuatro naciones.

La AP busca ser una plataforma de articulación política, económica, comercial y de proyección al mundo, con énfasis en Asia-Pacífico, ya que los cuatro países que integran la Alianza representan una población superior a los 214 millones de habitantes, es decir 36% del total de América Latina y el Caribe, con un producto interno bruto promedio por habitante de US\$10,250 y una tasa promedio de crecimiento de 3.5% en 2013. (Op cit, 2014)

Por lo anterior, la publicación Alianza del Pacífico, una nueva era para América Latina es una herramienta para las compañías de la región que buscan ser multilatinas, y también para empresas de otros países que quieran invertir en América Latina, con el fin del fortalecimiento de la relación que ha establecido en los últimos años. (Carlos Méndez, et al. ,2014)

Según Locouture P. M.CL.presidenta de Proexport Colombia, en Méndez, et al. (2014) menciona:

“La expansión internacional de las empresas puede darse en dos tipos de mercados, los emergentes y los desarrollados, lo importante es que en cada caso los empresarios conozcan la manera de incursionar en los mismos, saber cuáles son sus necesidades y determinar si el producto o servicio que ofrecen satisface dichos requerimientos.” (Pág. 21)

### **Desafíos y reto de AP en materia prima para la joyería**

La minería de América Latina es abundante en recursos naturales, los posibles riesgos y las oportunidades de crecimiento la han convertido en un destino atractivo para la inversión directa tanto en exploración como en explotación en la industria minera, debió a esto La Alianza del Pacífico tiene entre sus puntos importantes los retos y desafíos que enfrenta la región. (Op cit, 2014)

Datos de Consejo sobre Asuntos Hemisféricos en la Arena Pública (COHA): Periodo de cobertura del 2013 de diciembre de 2014 al 9 de enero de 2015. Señalan en 2013 el 29% de toda la inversión mundial minera se llevó a cabo en América Latina esto se debe en gran parte a su proximidad a Estados Unidos de América y Canadá, a su masa de tierra rica en minerales y a sus bajos impuestos tributarios. (Méndez, et al., 2014)

China es el tercer país de inversión más importante debido a que se considerada como un nuevo socio inversor para América Latina, debido a su participación en el salto de 1 a 9% del total de la Inversión Extranjera Directa (IED) entre el 2008 y el 2010. (Méndez, et al., 2014)

Algunos desafíos que actualmente se afrontan globalmente los países en desarrollo, la naturaleza cíclica de la industria minera añade otra capa de complejidad a los negocios, es una competencia de objetivos encaminados a reducir costos, incrementar la producción, el impacto ambiental, ser socialmente responsables y al mismo tiempo ser rentables. (Op cit, 2014)

Los gobiernos con el fin de crear valor para todas las partes interesadas han cambiados los códigos y políticas de minería en un intento por establecer una normatividad más fuerte y unos marcos legales que guíen las actividades mineras establecidos. La minería tiene gran potencial de servicio como un acelerador para avanzar en el crecimiento económico e incluso para un rápido ritmo de desarrollo. Sin embargo, el bajo costo de los productos ha generado que algunos países reciban menos ingresos de la industria minera, y los mismos se ven directamente afectados por tener economías menos diversificadas. (Méndez et al., 2014)

Aunque existe en cada país de Latinoamérica deferentes desafíos únicos que dependen de su geografía y geología, así como de sus condiciones legales, políticas y socioeconómicas, existen compañías que mantienen el pulso sobre los cambios y desarrollos en la región, convirtiendo estos desafíos en oportunidades y aprovechándolas, creando historias de éxito. (Op cit, 2014)

Las opciones de complejidad están marcadas por Chile y Perú tomando una gran ventaja de este mercado considerándose el tamaño relativo de sus economías y aunque México es el mayor exportador en valor bruto, es el menor en porcentaje de sus exportaciones. (Méndez et al., 2014)

Méndez et al. (2014) explica el recurso mineral que identifica al país y su aporte en la economía:

“Las acciones toman lugar en primeramente en Chile debido a que el cobre es un conjunto de la economía chilena y siendo la columna vertebral de la industria. En el reporte del Business Monitor International de minería chilena del tercer trimestre de 2014, señala un 60% total de exportaciones en la contabilidad de este metal.” (Pág. 56)

Seguidamente se encuentra Colombia esta industria es una de las más dinámicas, teniendo una reserva de carbón más grande de Latinoamérica y ocupa el segundo lugar, después de Brasil, en potencial hidroeléctrico, esencial para la minería. Este país también posee una cantidad significativa de níquel y oro y produce la mayoría de las esmeraldas del mundo. (Op cit, 2014)

México tiene una larga tradición minera, sin embargo, la industria minera solo ha acelerado su desarrollo en los últimos diez o veinte años, aunque es abundante en grandes recursos de plata, en 2013, fue el cuarto destino más popular en el mundo para la inversión minera después de Canadá, Australia y Estados Unidos, creció 43% durante 2012, la inversión en el sector, con numerosos proyectos de minería para iniciando operaciones en 2015. (Méndez et al., 2014)

Perú es el tercer más grande productor de cobre, plata, cinc y estaño; además de ser el cuarto mayor productor de molibdeno, el quinto productor más importante de plomo y el sexto productor más grande de oro, también es conocido por los fosfatos, tungsteno y, cada vez más, por el hierro y el uranio. (Méndez et al., 2014)

### **Encadenamiento y su función en la Alianza del Pacífico (AP).**

Los encadenamientos logrados en mecanismos de integración para la AP son la manera de llevar diferentes etapas de la producción en varias localizaciones geográficas, según la especialización de cada país de acuerdo con la mayor competitividad, mencionándose como estrategias para lograr una integración hacia la economía, contribuyendo directamente al desarrollo social.

### **Encadenamiento**

Matarrita (2005) Señala “el concepto de encadenamiento, como una relación de largo plazo que establecen unidades empresariales con el propósito de obtener beneficios conjuntos, y del interés de las políticas públicas por promoverlos, sustentándose en los beneficios económicos, sociales que se derivan.” (Pág. 2)

## **Teorías de encadenamiento**

Según (Cepal, 1998) Santiago Chile indica la teoría de Hirschman en donde existen dos tipos de encadenamiento estas son hacia atrás y hacia delante, tienen la finalidad de procurar mostrar cómo y cuándo la producción de un sector es suficiente para satisfacer la necesidad mínima necesaria para hacer atractiva una inversión de otro sector. Estos encadenamientos tienen significado cuando su existencia hace que una estrategia de desarrollo y producción a entornos de los recursos naturales.

### **Encadenamientos hacia atrás**

Estas dependen de la demanda derivada de insumos y factores tecnológicos y productivos, incluyen a los proveedores de bienes y servicios relacionados con los procesos de explotación de los recursos. Según Hirschman los encadenamientos hacia atrás están representados por las decisiones de inversión y cooperación orientadas a fortalecer la producción de materias primas y bienes de capital necesarios para la elaboración de productos terminados. (Op cit, 1998)

### **Impacto del encadenamiento hacia atrás en Costa Rica.**

Según Leiva (2017):

“En Costa Rica lo que se busca es atraer la inversión extranjera, con el único objetivo de aumentar los encadenamientos hacia atrás entre las PYMES y las empresas multinacionales ya que ofrecen una vía de conocimiento, aptitudes y tecnología, guardando una relación positiva para la capacidad de internacionalización de las empresas locales.” (Pág. 109)

En algunos países en desarrollo, entre Chile, Colombia, Costa Rica y México, se han creado programas específicos destinados a promover el encadenamiento hacia atrás, sin embargo, la aperción de política no se ha acompañado de medidas destinadas a medir sus efectos. Estudios realizados por López Acevedo (2010) encontraron 23 estudios rigurosos de evaluación de impacto, resultando solo tres promovían el encadenamiento hacia atrás de la inversión. (Op, cit, 2017)

Los efectos dinámicos se centran en determinar cuánto tardan los resultados en aparecer y los efectos de la intensidad del tratamiento, hoy en día el programa Costa Rica se basa más en la demanda de las empresas multinacionales: se averigua cuáles son las principales necesidades de

dichas empresas en materia de insumos y materias primas, y se procura satisfacerlas con proveedores locales, teniendo efecto positivo y significativo sobre el desempeño de las empresas beneficiadas se reflejan sobre el salario real, demanda de empleo y la posibilidad de exportar. (Leiva, 2017)

Las empresas locales sobre todo las pymes se encuentran con obstáculos para que el encadenamiento pueda ser efectivo, esto debido estas cuando logran convertirse en proveedora de las empresas multinacionales, la capacidad de absorción en cuanto a la oferta, no son capaces de suministrar productos y servicios esto debido a falta de capacidades en esferas como el espíritu empresarial, la tecnología, la escala de producción, la gestión de los riesgos y la financiación. (Leiva, 2017)

Esto afectando el reconocimiento de mejores oportunidades empresariales con empresas más avanzadas, las operaciones y los contratos que podrían ser de gran valor con empresas multinacionales avanzadas suelen estar fuera del alcance de las pymes, aunque tengan habilidades básicas de producción que podrían mejorarse mediante inversiones específicas. También es posible que consideren muy costoso dedicarse a detectar oportunidades de mercado (errores de coordinación) (Op, cit, 2017)

### **Encadenamiento hacia delante**

Chraki (2016) indica en el Análisis input-output de encadenamientos productivos y sectores clave en la economía mexicana el índice de Rasmussen- Hirschman (1985) “cualquier actividad que por su naturaleza no abastece exclusivamente las demandas finales, inducirá intentos de utilizar su producción como insumo en alguna actividad nueva” (Pág. 8).

La principal característica del encadenamiento hacia adelante es estar relacionada con la oferta, y la diversificación de sus productos y rentabilidad. Esta corresponde a las actividades que crean valor a partir de la explotación de un recurso natural. Hirschman señala que este encadenamiento surge de la necesidad de los empresarios por promover la creación y diversificación de nuevos mercados para la comercialización de los productos existentes. (Op cit, 2016)

En la joyería vemos como se manifiesta este encadenamiento debido a la forma en que se procesa el material, la obtención del artículo de joyería (oro, plata, diamante) la vía de proceso de

producción, también hay un aprendizaje tanto en el diseño, producción, comercialización y distribución al consumidor final.

### **La implantación del encadenamiento en Costa Rica.**

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) señala en el portal de encadenamiento, el alto valor agregado para la exportación, entre empresas multinacionales y proveedoras nacionales, supliendo de las empresas exportadoras por medio de oferta local, con el objetivo de aumentar el valor agregado y fomentar en la pyme la vinculación internacional interinstitucional, mediante procedimientos certificados bajo la norma ISO 9001 y calificarlo por infraestructura, capacidad productiva, mercadeo, capital humano, sistemas de información, gestión ambiental y capacidad de inversión e innovación.

Aunque la dirección de encadenamientos para la exportación de Procomer cuenta con un equipo de expertos en diferentes ramas para ofrecer los servicios de búsqueda y evaluación de proveedores nacionales, coordinación de agendas de negocios, y elaboración de proyectos de desarrollo, marketplace, mercados virtuales, el crecimiento económico se ha basado cada vez en los factores de producción y no en el crecimiento sostenido de la productividad.

Sánchez, (2016) expresa que debido a la situación del bajo crecimiento económico no se puede competir internacionalmente en productos estandarizados intensivos en mano de obra, porque sus salarios son relativamente altos, pero tampoco puede competir en actividades de alto valor agregado en una escala suficientemente alta, porque su capacidad tecnológica y su productividad es insuficiente para competir con los países más avanzados.

El artesano para ser tomado en cuenta en el proceso de encadenamiento se le evalúa por medio un diagnóstico de innovación, que se encarga de medir el potencial, basados en ese diagnóstico se realizan las acciones de:

- Ingreso al Marketplace: al ser evaluados se les permite ingresar al mercado virtual que facilita la comunicación entre comprador y proveedor.
- Proyectos de desarrollo: el diagnóstico permite encontrar oportunidades de mejora e innovación en las cuales se le acompaña a las empresas por medio del proyecto.

- Encadenamiento: basados en la demanda de la empresa exportadora y/o multinacional, se toma en cuenta las oportunidades de generar negocios con multinacionales posicionadas en el país.
- Ferias de suplidores (Open House): la información recopilada en el diagnóstico donde se identificar cuáles empresas pueden participar en Ferias de Suplidores para tener así un acercamiento con la empresa compradora y vincularse por medio de negocios.

### **Encadenamiento productivo**

Basto (2015) menciona que el concepto de encadenamiento productivo “Se entiende por encadenamientos productivos el conjunto de organizaciones enlazadas entre sí que buscan aprovechar oportunidades de negocios internacionales, y ofrecen valor al cliente final.” (Pág. 1)

Por otra parte, Matarrita (2005) señala otro concepto de encadenamiento productivo definiéndolo como: “Es el conjunto de actividades involucradas en el diseño, la producción y el mercado de un producto o servicio”. De estos dos conceptos de encadenamiento productivo, podemos decir que el un conjunto de seguimiento en cada proceso, para lograr crear oportunidades de negocios internacionales ofreciendo un diseño productivo al mercado. (Pág. 2)

Monge (2018) menciona:

Los encadenamientos productivos no son modelos nuevos y, de manera común se han enfocado en el involucramiento de pymes con grandes empresas, pero, recientemente también han adquirido importancia las cadenas de pymes con pymes, pues han demostrado gran potencial para dar valor agregado, contribuir a la inclusión social y la mejora económica de las zonas de menor desarrollo. (s.pág.)

Monge (2018) indicó “La principal ventaja que podemos mencionar de los encadenamientos, es que las pymes trabajan de manera articulada según sus capacidades, mejorando su competitividad en los mercados. Establecer vínculos comerciales representa una estrategia para insertarse en una economía cada vez más dinámica y llena de desafíos.” (s.pág.)

Aunque el encadenamiento productivo es un medio para integrarse a la economía global, y trae muchos beneficios a las Pequeñas y Medianas Empresas (pymes), no se logra en concreto debido a las condiciones para desarrollarse, en ocasiones de falta de capital, destrezas empresariales o tecnologías afectando la productividad generan una gran limitante de sostenibilidad y desarrollo, comprometiendo en cada etapa o eslabón del proceso productivo.

Arango (2014) considera:

el encadenamiento permitirá sacar el mayor provecho a los beneficios que brindan los acuerdos comerciales vigentes y en negociación, tales como la Alianza del Pacífico (...) con la inserción de las empresas en las cadenas de producción global ganan ambas partes. Los proveedores que incrementarán sus ventas, al tiempo que sus trabajadores mejoran su sostenibilidad, y los compradores, que aumentarán sus operaciones comerciales y su capacidad de exportar bienes y servicios.” (s.pág.)

### **Cadena productiva**

De acuerdo con (CEPAL, 2013):

La apertura económica y encadenamiento productivo.” El concepto de cadenas productivas implica la concentración sectorial y/o geográfica de empresas que desempeñan las mismas actividades o actividades estrechamente relacionadas entre sí (tanto hacia atrás como hacia delante) con importantes y acumulativas economías externas y posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en la búsqueda de la eficiencia colectiva.” (Pág.33)

Podemos decir que la cadena productiva es el conjunto de empresas que conforman una línea de producción partiendo de actividades como la obtención o explotación de materia prima, hasta la comercialización y consumo de bienes finales

De acuerdo con Redamerica (2016) indica el concepto de cadena productiva “es la vinculación con la relación espontánea entre actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor.” (s.pág.)

Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, los cuales comprenden conjuntos de empresas con funciones específicas dentro del proceso producto transformación y comercialización hasta que el producto llega al consumidor final. Algunos actores intervienen directamente en la producción, transformación y venta del producto y otros proporcionan bienes y servicios que se requieren dentro de este proceso.

Para el proceso de exportación de joyería exótica es adecuada el esquema véase la figura 1 debido que representa cada uno del eslabón presentado en el proceso de comercialización y las intervenciones.



Fuente: Adaptación de los autores con base en Gomes *et al.* (2002).

Figura 1.  
Esquema de cadena productiva básica  
Fuente: Adaptación de los autores con base en Gomes *et al.* (2002)

Castro (s.f) menciona que la labor de seguimiento desde la perspectiva del observatorio agro cadenas está basada en la propuesta metodológica de Rolán (2000), los indicadores de competitividad para el monitoreo de las cadenas productivas se dividen en dos grandes categorías:

“-*Indicadores de resultado*: proporcionan información sobre el desempeño de los productos primarios, intermedios y finales que hacen parte de la cadena en relación con sus competidores extranjeros, bien sea en el mercado nacional o extranjero.

-*Indicadores de proceso*: dan cuenta de las condiciones estructurales de la operación de la cadena, sus eslabones y las firmas que la componen en términos de la estructura de costos, la productividad de los factores, el desarrollo tecnológico y la interrelación comercial de los eslabones que componen la cadena.” (Pág.19)

### **Cadena de valor**

Riquelme (2019) expresa el concepto de cadena por valor de Michel Poter (1990) al conjunto de actividades internas que una empresa desempeña y la interacción entre las mismas mediante una red interdependiente de enlaces o eslabones se producen cuando la forma de llevar a cabo una actividad afecta el coste o la eficacia de otras actividades.

Las cadenas de valor pueden comprender empresas de una economía local, una región, un país, un conjunto de países o la economía global, está compuesta desde los proveedores de materias primas e insumos y termina con los servicios encargados de garantizar la satisfacción del consumidor final, véase la figura 2, para lograr competir en el sector de joyería se pueden agrupar en dos categorías:

- a) *Actividad primaria*: son las actividades implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta.
- b) *Actividades de soporte*: son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa.



Figura 2.  
Componentes de la Cadena de Valor  
Fuente: Monge-González (2016)

De acuerdo con Padilla, citado por González (2018) menciona que el fortalecimiento de las cadenas de valor crea más oportunidades de empleo, aumenta el valor agregado de la producción, mejora la diversificación de las exportaciones moviéndose de actividades de materias primas o “commodities” a actividades industrializadas y servicios, así como fortalece la vinculación del desempeño exportador con el del crecimiento económico, aumento de la productividad, así como escalar su contribución en la actual división internacional del trabajo de la economía mundial.

Según Padilla (2014) un factor fundamental para el logro de la mejora permanente de una cadena de valor es contar con una apropiada alianza público-privada, la cual es facilitada por medio de una política de desarrollo obteniendo beneficios en preservar y fortalecer el tejido productivo, la generación de nuevas fuentes de empleo, el fomento de la productividad y competitividad de las empresas, la inserción de las empresas de menor tamaño, atracción de nuevos capitales y la concreción de nuevas inversiones y la creación de redes horizontales y verticales, incremento en la

recaudación de impuestos gracias al crecimiento económico y mejoría en la relación de los sectores público y privado.

### **Sistema de valor**

Castro (2008) señala:

El concepto de cadenas productivas resulta bastante similar al concepto de sistema de valor originalmente desarrollado por Porter, debido a que incorpora las cadenas de valor de los proveedores, los minoristas y los compradores este sistema incorpora las cadenas de valor esto es fundamental para el éxito corporativo debido a que proporcionan flujos de información, bienes y servicios, así como sistemas de procesos para actividades de innovación. (Pág.12)

Por otra parte, Castro menciona que una sola compañía no puede desarrollar por sí misma todas las actividades de diseño, producción de componentes y ensamblaje final para despachar el producto a los consumidores finales, para evitar una mala organización lo usual es que las organizaciones estén articuladas a un sistema de valor el cual opere de forma organizada.

### **Modelos de buenas prácticas y experiencias del encadenamiento internacional**

Torres (2014) menciona:

Diferentes países adoptan una buena estrategia clave para aumentar la competitividad, ejemplo de esto es Colombia. Este país tiene como representación de 70% las exportaciones correspondientes al sector minero-energético, debió a que es uno de los cinco países del mundo con mayor crecimiento económico y el primero de América Latinas. (Pág. 5)

En el informe Encadenamiento Productivos (MCI, 2014) la apuesta para el crecimiento empresarial señala menciona:

Para lograr una buena práctica del encadenamiento se instala el conocimiento colectivo en los procesos de producción haciendo enlaces entre los distintos conjuntos de empresas que componen cada etapa o eslabón de un determinado

proceso productivo para articularlos según sus capacidades, reduciendo riesgos, promoviendo relaciones comerciales de largo plazo, optimizando los procesos productivos y aumentando los estándares de calidad de los bienes y servicios producidos, todo lo cual facilita el acceso a nuevos mercados. (Pág. 3)

El Fondo de Modernización para las Mipyme. Impulsa Mipyme y fortalece el encadenamiento por medio de convocatorias que otorgan recursos de cofinanciación hasta de un 70% del valor de los proyectos, liderados por una empresa Ancla , que necesita aumentar su producción o mejorar sus estándares de calidad para crecer o conquistar nuevos mercados, para esto es necesario fortalecer la cadena de proveedores y distribuidores dándose una relación “gana – gana”, estandarizando sus procesos de proveeduría y distribución, dándose la optimización de recursos y disminución en costos, volviéndose más rentables. (MCI, 2014)

Por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas los participantes, se estandarizan y mejora la calidad de sus procesos y productos, de acuerdo con lo que el mercado requiere, según su oferta y demanda, reduciendo los costos, incrementando sus ventas, mantienen relaciones de largo plazo con la empresa ancla, finalmente abriendo nuevas oportunidades de proyectarse en el mercado. (Op cit, 2014)

## **Generalidades de la teoría del encadenamiento en joyería exótica**

### **Clúster herramientas del encadenamiento**

Poter citado por González (2018) indica que “un clúster está formado por un grupo de empresas interconectadas y de instituciones asociadas geográficamente próximas, en un campo particular, ligados por actividades e intereses comunes y complementarios” (Pág. 199)

De acuerdo a Gonzáles el Clúster se puede llevar a cabo cuando hay una ventaja competitiva a partir de una aglomeración territorial, recurso natural, y permite crear una dinámica de cooperación que promueve el aprendizaje, la mejora tecnológica, la innovación, la exportación, la

internacionalización y la mejora de los modelos de gestión, aumentando la productividad. (Op cit, 2018)

### **Tipos de Clúster y sus clasificaciones**

Existen diferentes tipos de Clúster entre ellos se encuentran:

- A) **Clúster de supervivencia:** están conformados por las pymes con alternativa de autogeneración de empleo, presentando un alto potencial competitivo, estas no logran integrarse a una efectiva cadena de generación de valor agregado.
- B) **Clúster de producción diferenciada en masa:** producen bienes estandarizados con consumo masivo, están conformadas por grandes y pequeñas empresas, basada con capacidad tecnológica avanzada.
- C) **Clúster transnacional:** están integradas por las filiales de empresas extranjeras y con un reducido número de empresas locales proveedoras de bienes y servicios.
- D) **Clúster integrado verticalmente:** donde las empresas se conectan por medio de la cadena de suministro asociados entre proveedoras, productoras y distribuidoras y
- E) **Clúster integrado horizontalmente:** donde las industrias comparten información, conocimiento, un mercado similar para sus productos y emplean recursos humanos y tecnológicos similares. (González, 2018)

En torno a la exportación inicial existen procesos básicos que incluye un recurso mínimo de valor agregado, seguidamente aparecen los procesos que agregan valor al recurso y finalmente se mejora la competitividad, con la necesidad de establecer estándares de calidad, con el objetivo de llegar a su madurez.

Por otra parte, González citado por Monge (2018) menciona:

“...los beneficios de formar parte de un Cluster es debido a que las empresas miembros obtiene información valiosa a nivel internacional sobre retos y oportunidades, facilitar el acceso a los incentivos fiscales que las diversas autoridades del gobierno otorgan a las empresas para actividades de I+D e innovación, mayor conciencia de concentración de conocimiento y especialización respecto del entorno en que operan, mejor acceso a insumos públicos disponibles, acceso a información estratégica de primera mano, mayor facilidad para identificar

nuevos clientes y entrar en nuevos mercados, esto hace que se acortamiento del ciclo de innovación, incremento del valor añadido ofrecido al cliente.” (Pág.27)

### **Implicación del Clúster en Costa Rica**

PROCOMER (2016) señala a través de su red informativa que con el apoyo de la Dirección de Inteligencia Comercial del sector de diseño y confección nacional, se realiza la conformación del clúster de moda nacional “Estilo Costa Rica”, con el cual se busca generar sinergia en el ámbito de negocios y lograr posicionar al sector de cara al comercio internacional generada por el valor agregado doméstico, con el objetivo de aprovechar el renombre de Costa Rica en materia de naturaleza, es usado como factor de diferenciación frente a los competidores mostrando mayor fortaleza .

Este tipo de Clúster busca aprovechar al máximo las tendencias de modas que cambian rápidamente, para saber el comportamiento de estas tendencias se pueden percibir mediante la visita a ferias y exhibiciones, revisión de catálogos de competidores en el mercado, revistas, accediendo a estudios de empresas que pronostican tendencias, entre otros, creando una fortaleza para innovar en la transformación estructural y obtener crecimiento económico, productividad, la generación de más y mejores empleos, y estructuras ocupacionales más sofisticadas.

La Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER elaboró el estudio “Accesorios de moda en Los Ángeles y San Francisco.” Este informe es específicamente, el sector moda y diseño aplicado en Panamá y sus estrategias de comercialización. Debido a estos informes se señala que en los últimos años el sector de joyería es uno de los que tienen mayor participación de fabricantes, la influencia a que la moda ha tomado auge, en donde se recomienda que los diseñadores costarricenses que deseen internacionalizar su oferta deben adaptar el producto a las tendencias que rigen el mercado.

Con este objetivo se logró la participación por primera vez en la pasarela internacional en el Mercedes Benz Fashion Week Panamá el 14 de octubre del año 2016. Con la finalidad de crear alianzas estratégicas e incursionar a los diseñadores costarricenses y se puedan internacionalizar, trabajando en conjunto con 30 empresas diseñadoras de moda la conformación de un clúster, en la

que se reúne a diseñadores de joyería, ropa femenina y masculina, accesorios y calzado con la intención de promover y posicionar el diseño costarricense a nivel internacional. Se debe tomar en cuenta las particularidades para definir las estrategias de ingreso al mercado según la oferta local como la internacional.

Para el sector de Joyería la oferta extranjera es liderada por importaciones desde EE. UU y Suiza. Ser proveedor de boutiques/atelier es una opción adecuada tomando en consideración que los dueños no asumen el riesgo en la compra del producto y lo manejan en consignación, por lo que contar con un representante o distribuidor que dé seguimiento al producto es fundamental para su éxito.

### **La dirección estratégica**

De acuerdo con Tsegaamlak, (2014) Fundamentos teóricos de la dirección estratégica la define como “la filosofía de gestión empresarial, pretende alinear los esfuerzos de las organizaciones hacia transformaciones sostenibles en el largo plazo poniendo en práctica y desarrollo todos los potenciales de una empresa, logrando una supervivencia y a ser posible beneficiosa.”

Por otra parte, se menciona Hatten, (1987) quien la define como:

el proceso a través del cual una organización formula objetivos, dirigida a la obtención de los mismos realizándose el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes puedan crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan, diseñando una estrategia exitosa, consistiendo en hacer que lo que haga bien, y escoger a los competidores que pueden derrotar. (s.pág.)

Guzmán (2013) señala que una estrategia debe tratar de aprovechar simultáneamente las fortalezas y actuar para mitigar las debilidades internas, incluso reducir el impacto de amenazas externas.

### **Etapas de la dirección estratégica**

**Formulación estratégica:** Está basado en los recursos y capacidades que dominan y controlan las empresas, debido a un mundo caracterizado por ser dinámico, con gran incertidumbre, complejo, dónde la identidad de los consumidores es cambiante, sus preferencias y gustos volátiles, el análisis estratégico fundamentado en una orientación externa con un énfasis estratégico de la elección entre competencia en costes o diferenciación.

Grant (1991) citado por Rodríguez (2004) plantea para esta estrategia un procedimiento de análisis y formulación estratégica basado en los recursos de la empresa: Dicho planteamiento consta cinco etapas, véase la figura 3.

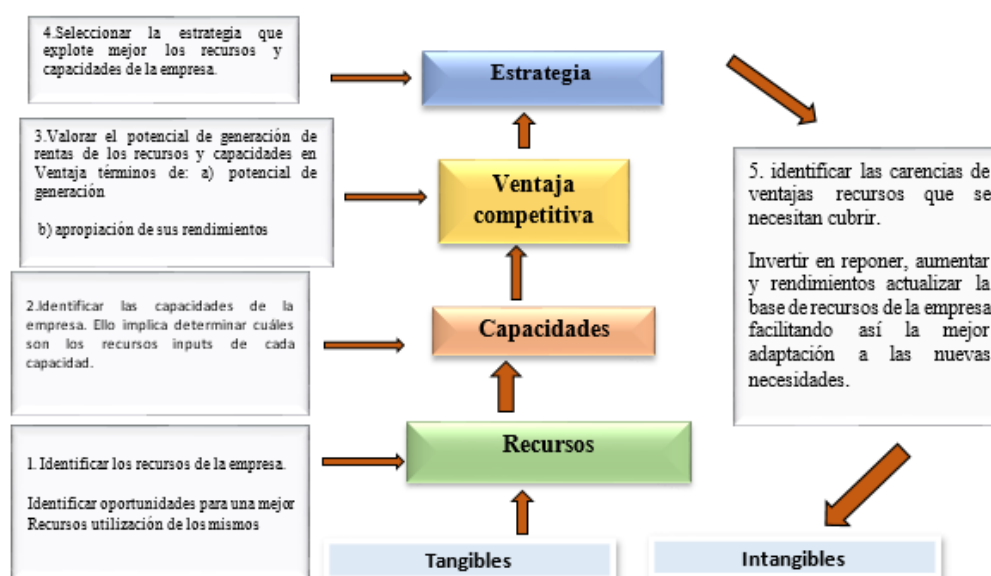


Figura 3.  
Modelo conceptual de análisis estratégico basado en los recursos  
Fuente: Elaboración propia con datos de Grant (1991)

La imagen anterior indica que la fortaleza y debilidades, debe examinar muy bien sus recursos, estos para no hacer inversiones que en alto riesgo generara perdida, determinando y examinando todas las oportunidades de negocios, seguidamente identificar las capacidades de producción o recursos utilizados, evaluando las ventajas competitivas sostenible a través del tiempo, una vez puesto en práctica esta estrategia, se debe actualizar la cartera de recursos empleados para cada uno de ellos, llevando un control de la capacidad potencial generada en una buena estrategia de forma dinámica, siguiendo un ciclo por medio de retroalimentación estratégico. (Op cit, 2004)

### **Aplicación en Costa Rica la formulación estratégica**

Según Segura (2016) señala:

“PROCOMER trabaja en la inepción de empresas en plataforma electrónicas como Amazon, Etsy y Novica, por lo que promueven la comercialización de productos costarricenses, con una participación de un 19% aproximadamente dedicado al diseño de joyería. Además, grandes empresas estadounidenses como Macys, Whole Foods, Nordstrom Inc., Williams-Sonoma Inc. se encuentran en búsqueda de diferenciarse mediante la oferta de productos hechos a mano (artesanales).”

### **Recursos intangibles y estrategia de exportación**

Según Prahalad citado por Rodríguez (2004) se determina el comportamiento exportador de la empresa una aproximación caracterizada por una mayor exigencia competitiva de mercado con una mayor competencia tanto local como internacional, dónde los consumidores exigen calidades altas y bajos precios esos mayores requerimientos competitivos internacionales dependerá de su capacidad para ofrecer bienes o servicios similares o de superior calidad que sus competidores. (Op cit, 2004)

Por otra parte, Ludivine Kasteley (2015), menciona:

Este sector se enfrenta los retos de que los consumidores prefieren realizar sus compras de alto valor físicamente y no en línea, prefieren la forma de mercadeo, experiencia de observar físicamente el producto y ver la calidad, también analizan los tiempos de

entrega, servicio posventa, políticas de devolución y autenticación de joyería, asistencia en tiempo real (opciones de chat). (s.pág.)

### **Característica de la materia prima**

Para entender las diferentes teorías de encadenamiento es importante determinar el comportamiento y característica que presenta la materia prima para la elaboración de joyería y orfebrería, para efecto de este estudio solo se tomaron en cuenta los metales preciosos, semipreciosa y piedras preciosas, no las herramientas para la elaboración, estos materiales utilizados contribuyen al producto terminado, así mismo son productos de muy alto valor.

### **Joyas**

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, joya es un adorno, con su hechura de metales preciosos y en su mayoría utilizado por mujeres, pero es utilizada en ambos sexos. La palabra Joya se deriva de la palabra latín *jocale*, que significa "juguete". Teniendo la función de decorar el cuerpo, en algunas culturas esta determina la estética, valores, rituales y creencias religiosas.

Según Bermúdez (2019) las joyas están clasificadas por su valoración de dos maneras; *Joyas no metálicas*, estas se miden por las piedras preciosas que contiene, y no por su metal precioso. *Joyas Metálicas*, se miden por el peso de los metales preciosos en caso que sean de oro y plata, mientras sea su peso en quilates más alto es su valor.

### **Joyería**

Bembibre (2009) define el término joyería como “un delicado arte que, además de requerir creatividad y diseño, necesita contar con una segura y eficaz técnica de trabajo debido a que los materiales son muy caros y, en muchos casos, muy frágiles y delicados.” (s.pág.) estas actividades se realizan por medio joyas, y talleres donde son fabricados, estas son vendidas en los establecimientos del mismo nombre.

### **Joyería exótica**

Según Bermúdez (2018) la joyería exótica como piezas de joyería en su mayoría sumamente exageradas y extravagantes, como una manifestación artística, reflejada a través de la joyería

contemporánea, caracterizada principalmente por la vinculación con la joyería tradicional (joyas vintage), convirtiéndose en una manifestación artística donde se plasman diferentes conceptos de moda, que proponen experiencias estéticas de naturaleza reflexiva por medio de diseños únicos y refinados, con significados culturales, permitiendo interpretaciones conceptuales, y creativas, otorgando una huella única de diseño de cada joyero, véase figura 4.



Figura 4.  
Representación de Joyería Exótica  
Fuente: Elaboración propia

Perdomo (2017) destaca que este tipo de joyería surgiendo en Europa en los años 60, a partir de la voluntad de algunos joyeros de renovar el lenguaje en la joyería étnica (la hecha a mano) hacia la libre expresión del artista igualmente sigue influyendo materiales tradicionales como oro y plata, se puede decir que estos materiales son la principal fuente de materia prima para lograr crear diversos diseños exclusivo, para poder crear pulseras, collares, anillos, pendientes, anillos, broches, entre otros. Estas piezas en su mayoría están fabricadas con piedras preciosas, piedras semipreciosas ejemplo el rubí, esmeralda, diamante, entre otros.

### **Metales utilizados en la joyería**

Según Wicks (2016) los metales utilizados en la joyería están, los metales preciosos como el oro, plata, platino, paladio, radio y la plata, entre los metales menos preciosos se encuentra el cobre, titanio, tungsteno, zinc, circonio, niobio y el níquel. Los metales preciosos no tienen todas las características necesarias para hacer una joya duradera debido a eso es raro encontrar una joya que sea 100%. Entonces se mezclan los metales preciosos con otros metales para cambiar sus características físicas. (Pág.17)

Edgar Tica (2017) menciona los productos que se vende como "joyas de oro" es realmente una mezcla de oro puro con otros metales. Por ejemplo, las joyas de oro 18k son 75% oro puro y 25% otros metales como paladio, plata y cobre. Otro ejemplo es la "plata esterlina". Es una combinación de 92.5% plata pura y generalmente 7.5% cobre.

Además de los metales preciosos, menos preciosos se encuentran las perlas, estas están muy valoradas en el mercado y son consideradas como piedras preciosas. Se determinan según sus características, tales como el tipo de perla, tamaño, color y forma.

### **Piedra preciosa**

General (s.f) menciona el término de piedra preciosa como una pieza de cristal mineral que, en forma cortada y pulida, se usa para hacer joyas u otros adornos. La mayoría de las piedras preciosas son duras, pero algunos minerales blandos se usan en joyería debido a su lustre u otras propiedades físicas que tienen un valor estético y rareza. En el caso de la joyería exótica las piedras más utilizadas son el diamante, esmeralda, rubí y el zafiro.

### **Característica de las piedras preciosas**

Greymel Lamas (2011) señala las características de las siguientes piedras preciosas.

### **Diamante**

El diamante, una de las piedras más hermosas y complejas está hechas de simple carbón, se forman por el intenso calor y las fuertes presiones que se generan por millones de años en la profundidad de la tierra, caracterizado como el material más duro de la tierra. En la escala de Moh's que mide la dureza de los materiales el diamante tiene 10 Moh's, solamente puede ser cortado por otro diamante. La dureza de los diamantes, su capacidad de reflejar la luz, y otras más cualidades hacen que los diamantes puedan ser cortados en las hermosas gemas que son.

Los diamantes de calidad para usarse en joyas son extraídos de diversas localidades, principalmente del Sur de África. Rusia, Australia y Brasil son otros lugares donde se encuentran estas piedras, aunque en menor grado. Los diamantes en su forma bruta aparentan ser cristales opacos con 8 lados. Más o menos un 60% del cristal original se pierde al hacer un corte para lograr un diamante con forma de Brillante. (Op cit, 2011).

## **Esmeralda**

El nombre esmeralda proviene del griego, pero probablemente su origen es persa o indio antiguo, que significa "piedra verde". Su verde es tan incomparable, no tiene punto de comparación con ninguna otra piedra que pudiera tener ese color, y además su gran escasez hacen que la esmeralda sea una de las gemas más cotizada en el mercado. La dureza de la esmeralda es de 8 mohs. E. Los yacimientos más importantes se encuentran en Colombia, la mejor esmeralda se encuentra en la Mina de Muzo, 100 Km al Noroeste de Bogotá., explotada por los incas luego se olvidó y redescubrió en el siglo XVII. De vez en cuando da piezas de muy buena calidad, de color verde oscuro. La explotación se realiza mediante galerías, pero preferentemente en terrazas escalonadas a cielo abierto. (Lamas. 2011).

## **Rubí**

El rubí se caracteriza por su gran brillante color rojo. El principal material por el cual está compuesto es rubí es el corodio la segunda materia la más fuerte después del diamante, haciendo a él rubí una de las piedras más duras su dureza es de 9 mohs.

El rubí debe su nombre al color rojo y únicamente las piedras rojas formadas con corodio son llamadas rubíes, si el color da una tonalidad azul es un zafiro y si el rojo es muy tenue entonces es un Zafiro rosa. El color más apreciado es el de sangre de paloma, rojo puro con una pequeña tonalidad azulada. En la roca bruta el rubí parece opaco y graso, pero tallado tiene un brillo casi como el del diamante. (Op cit, 2011)

## **Zafiro**

Cualquier color que tenga una piedra formada por Corodio que no sea el rojo, se le llama Zafiro. El color más cotizado de los Zafiros es el Azul intenso de bidoa su rareza y belleza, es por eso que el zafiro sin adjetivo indica siempre tan solo al corindón azul.

Es el segundo material más duro de la tierra, también tiene 9 mohs de dureza al igual que el rubí. Lo que hace que el corodio tenga otro color que no sea el rojo es la mezcla de metales como hierro, titanio, y cromo, el principal método de explotación es por medio de pozos excavados a mano o laderas levantadas permiten llegar hasta el estrato profundo donde se encuentra. (Lamas, 2011).

## **Perlas**

Taylor ( 2016) es considerada como un tipo de gemas, que se genera como un cuerpo extraño, un grano de arena un simple parásito, penetra de forma accidental en la parte interior o exterior de las valvas de la ostra. Esto produce una reacción donde el molusco que no puede expulsar ese cuerpo extraño, mediante un mecanismo de autodefensa, segrega una especie de sustancia cristalina que se le denomina madreperla, que es producida de forma continua hasta que el cuerpo extraño queda en la parte interior de la ostra, esa sustancia hace la obtención esa preciosa gema llamada perlas.

(Taylor, 2016) expone las siguientes características:

### **Característica de las perlas por sus colores**

El color blanco ha sido durante mucho tiempo el color predominante en la joyería de perlas, aunque esto no obedece a la realizada natural, sino más bien a las costumbres del mercado. La naturaleza ofrece una variedad muy amplia de colores desde tonos suaves pastel como el blanco, melocotón, rosa, dorados o malva, hasta tonos más oscuros como la gama de grises o negros con matices verdes o azules. Las composiciones con colores son más complejas por la dificultad estadística de emparejar perlas de un mismo color y tono.

### **Característica de las perlas por sus formas**

El pensamiento erróneo es que pensemos en una perla perfectamente esférica, aunque las realidades pueden presentar multitud de figuras, siendo cada vez más populares y valoradas. Las principales formas geométricas pueden representarse de la siguiente manera:

- Perlas redondas (Round): generalmente es la de más valor.
- Perlas semi-redondas (Slightly Off Round): son las perlas que tienen formas redondeadas, pero sin llegar a ser completamente esféricas. Distorsión inferior al 10%.
- Perlas ovales (Off-Round): son las perlas que tienen formas redondeadas, pero con distorsión superior al 10%.
- Perlas boton (Button): están caracterizadas un eje de revolución inferior a dos tercios de la mayor longitud de la perla.

- Perlas semi-barrocas (Drop, Ringed, Twin, Coin ): es un término general que engloba varias formas de perlas, como pueden ser pera, gota, gemelas, moneda.
- Perlas barrocas: indica una forma irregular, generalmente son las de menos valor. (Taylor, 2016).

### Característica de las perlas por tamaño.

Las perlas cultivadas se miden por su diámetro en milímetros. Pueden medir de 5 milímetros hasta 20 milímetros, mientras más grande sea la perla así será su valor. El tamaño más frecuente en el mercado es el de 7.5 milímetros, siendo bastante frecuente encontrar collares hasta 9.5 milímetros. Véase la figura 5. (Taylor, 2016).

### Descripción de valor en el mercado de la perla según la característica

La figura 5 describe la forma y el sistema de graduación mediante letras a más valor o menos valor monetario estandarizado que se encuentran en el mercado son A, AA y AAA. La calidad de una perla se determina por su lustre y la calidad de su superficie que determina el valor de la perla, la pureza que posea, cuanto más limpia sea la perla, más alto es su valor.

Iridiscencia y Lustre		Superficie	
Reflejo de los colores del iris en la superficie de la perla. Lustre es el resultado del reflejo.		Percepción de la capa superficial	
AAA	Muy intensa	AAA	Sin defecto apreciable
AA	Intensa	AA	Defectos naturales poco apreciables
A	Poco Intensa	A	Defectos Naturales apreciables
B	Sin apenas iridiscencia	B	Defectos relevantes

Figura 3.  
Clasificación de las perlas según la calidad  
Fuente: Revista Operla

### Clasificación de las joyas para exportación según la CEPAL

(CEPAL, 2004) señala por medio de la “Clasificación estadística internacionales internacionales incorporadas en el banco de datos del comercio exterior de América Latina.

“La clasificación por producto tiene como objetivo de proporcionar un instrumento más apropiado para analizar el comercio internacional, debido a que no hay datos detallados disponibles para los servicios, estas clasificaciones se refieren solamente a la industria manufacturera en enfoque sectorial y enfoque por producto bajo este contexto las joyas se encuentran en una clasificación baja según la CEPAL, según estas clasificaciones ayudan a determinar la intensidad tecnológica que existe en las exportaciones, con el objetivo de medir la actividad comercial de un país y razones para exportar consistiendo este método en tres grupos: alta tecnología, media tecnología y baja tecnología.” (Pág.6)

Es considerada como tecnología baja debido a que los artesanos desconocen las plataformas donde puedan comercializar los productos, y las herramientas para la elaboración de la joya, debido a que es realizada con herramientas tradicionales de uso manual y no digitalizado (Op cit, 2004).

### **Teoría sobre producción artesanal**

La teoría sobre producción artesanal resulta bastante compleja, en la medida en que no existe un concepto unificado sobre lo que es la artesanía; no obstante, para el caso objeto de estudio, y en general en la investigación que incorporan cadenas o minicadenas artesanales, coinciden en compartir la definición de La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura) UNESCO:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.” (Pág. 13)

### **Aspectos empresariales**

Sánchez M. y Cifuentes S. (2010) menciona que

“la mayoría de las joyerías artesanales están constituidas como empresas unipersonales, con un único dueño que hace las veces de vendedor y que tiene un punto de venta fijo, o en algunos casos se desplaza. La falta de canales de información, la inexperiencia de los mercados internos y externos, el escaso capital y el desconocimiento y aplicación de normas técnicas internacionales han dificultado una mayor participación de las ventas al mercado internacional.” (Pág.53)

La distribución de los artículos de joyería se desarrolla a través de cuatro canales: pequeños comerciantes, joyerías, ventas directas y comercializadoras internacionales. La principal dificultad del sector en materia de comercialización se ubica en las ventas al exterior por los elevados costos asociados a los trámites de exportación y los riesgos que se enfrentan por la inseguridad de acceso a los mercados externos. Esta última situación tiene su origen en la falta de apoyo a proyectos de fomento y comercialización, por los bajos niveles de agremiación y liderazgo del sector en algunas zonas del país (Op cit, 2010).

## **Proceso de importación para la realización de joyería exótica**

### **Importación**

La (UNAM, 2002) define la importación como “Las operaciones la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria, para poderla después libremente destina a una función económica de uso, producción o consumo.” (Pág.345)

Por otra parte, Kiziryan (s.f) Define las importaciones como “El conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional.”

Las importaciones, normalmente, suelen estar sujetas a restricciones económicas y reguladas por todos los países para la entrada de productos. Actualmente, existen muchos convenios entre países para acordar normativas ventajosas para los países que los firman.

**Medidas que afectan a las importaciones.**

Reglamento a la ley General de Aduanas N° 7557, Decreto Ejecutivo (2008) mediante el artículo 314, menciona los datos que debe contener la declaración aduanera de importación que deberá contener la información necesaria respecto de los siguientes aspectos y que establece:

- a. Identificación del agente aduanero, transportista, importador y exportador.
- b. Datos sobre el país de origen de las mercancías, país de procedencia, puerto de embarque o carga y transporte empleado.
- c. Descripción detallada de la mercancía incluyendo, nombre comercial, número de bultos, marcas de identificación de bultos, peso bruto y neto, clasificación arancelaria y clasificación para efectos estadísticos. La descripción incluirá el "código de producto" para aquellas mercancías que la Dirección General establezca mediante resolución de alcance general.
- d. Lugar y código de ubicación de las mercancías y fecha de ingreso.
- e. Cuantía de la obligación tributaria aduanera, demás cargos aplicables, tipo de cambio y aplicación de exenciones, preferencias arancelarias y pago efectuado o garantías rendidas, en su caso.
- f. Condición de las mercancías (nuevas, usadas, defectuosas, reconstruidas, reacondicionadas, entre otras).
- g. Identificación de la factura comercial, del comprobante del pago de los tributos, de la nota de autorización de exención, de los documentos de ingreso a depósito, de la lista de empaque, si la hubiere, y todos aquellos documentos necesarios para la comprobación de los requisitos arancelarios o no arancelarios a la importación.
- h. Valor en aduana, valor de la prima del seguro y flete y monto declarado en factura.
- i. Número y fecha del conocimiento de embarque.

j. Régimen o modalidad aduanera solicitados. Cuando ingresen bultos que contengan mercancías de diferente naturaleza, éstas deberán ser descritas detallando el contenido de cada bulto. (s.pág.)

El formulario único Centroamericano hará las veces de declaración, para todos los efectos, en las condiciones que establecen las normas centroamericanas. Las disposiciones de este Reglamento respecto de la declaración aduanera son aplicables al Formulario único Centroamericano.

Ley General de Aduana artículo n°138, El Decreto Ejecutivo No. 32456-H (2003) establece:

Las mercancías pueden importarse bajo los siguientes regímenes aduaneros, definitivo, temporal.

**a) *Definitivos***; Es la modalidades - envíos de socorro, equipaje, despacho domiciliario industrial, etc.

**b) *Temporales***; Es el tránsito aduanero nacional e internacional, transbordo, tránsito por vía marítima o aérea, depósito fiscal, servicio de re empaque y distribución en depósito fiscal, importación y exportación temporal y provisiones de a bordo. (s.pág.)

## **Valoración en aduana y normas de origen**

### **Valoración en aduana**

Acuerdo Relativo a la aplicación del artículo VII del acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio [GATT] (2014) señala:

La nueva normativa permite determinar el valor en aduana, lo solicite o no el importador, sobre la base del precio unitario para las mercancías que no se vendan en Costa Rica en el mismo estado en que son importadas, forman parte del valor en aduana los gastos y costos establecidos en el segundo párrafo del artículo 8 del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VII del GATT (1994) (gastos de transporte hasta el puerto o lugar de importación; gastos de carga, descarga, y manipulación ocasionados por el transporte de las mercancías hasta el puerto o lugar de importación; y costo de seguro) de modo que el artículo 8 establece:

1. Para determinar el valor en aduana de conformidad con lo dispuesto en el artículo n°1, se añadirán al precio realmente pagado o por pagar por las mercancías importadas:
2. En la elaboración de su legislación cada miembro dispondrá que se incluya en el valor en aduana, o se excluya del mismo, la totalidad o una parte de los elementos
3. Las adiciones al precio realmente pagado o por pagar previstas en el presente artículo sólo podrán hacerse sobre la base de datos objetivos y cuantificables.
4. Para la determinación del valor en aduana, el precio realmente pagado o por pagar únicamente podrá incrementarse de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo.

### **Normas de origen**

La OMC (2001) señala por medio del Capítulo V del Tratado de Libre Comercio Costa Rica-México (1994) lo siguiente:

Las normas de origen preferenciales aplicadas por Costa Rica a bienes no producidos enteramente en el territorio cubierto por un tratado de comercio preferencial varían con cada tratado y frecuentemente para diferentes bienes, pero en general están basadas en el principio general de cambio de clasificación arancelaria complementado por reglas accesorias.

Las normas accesorias incluyen generalmente requisitos de valor de contenido regional, el cual puede ser calculado conforme al método del valor de transacción o al método del costo neto. Las autoridades costarricenses puntualizaron que el Reglamento Centroamericano de Origen establecido en el marco el Mercado Común Centroamericano contiene regulaciones sobre valor de contenido regional, pero que dichas regulaciones no se están aplicando en la práctica. (pág.31)

### **Aranceles.**

Para OMC (2001) Costa Rica aplica el Arancel Centroamericano de Importación, el cual contiene la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías del Sistema Arancelario

Centroamericano (SAC), así como los derechos arancelarios a la importación y las normas que regulan la ejecución de sus disposiciones. (pág.32)

Según la OMC los parámetros generales de la política arancelaria se especificaron en la Resolución 26-96 del Consejo de Ministros Responsables de la Integración Económica y Desarrollo Regional (COMRIEDRE) (1996), estableció los siguientes niveles arancelarios ad valorem: “0% para materias primas y bienes intermedios y de capital no producidos en la región 5% para materias primas producidas en la región; 10% para los bienes intermedios y de capital producidos en la región; 15% para los bienes finales.” (s.pág.)

Costa Rica concluyó para el año 2000 que todos los productos excepto los productos agropecuarios que fueron arancelizados en la Ronda Uruguay, definiendo su propia política arancelaria dentro del marco y lineamientos establecidos, Mercado Común Centro Americano (MCCA) conformado por el Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, aunque el MCCA estableciera su propio programa de desgravación para el comercio intrarregional (OMC, 2001).

### **Aranceles de importación Costa Rica**

PROCOMER y el Centro de Asesoría para el Comercio Exterior [CACEX] (2016) mencionan en la “Guía informativa sobre temas de comercio exterior” la referencia de los aranceles necesarios para las importaciones, de forma que:

se necesita cumplir con los pagos de las tarifas establecidas según la clasificación arancelaria, en el caso de Costa Rica estas gestiones se realizan por medio del “TICA” este es un sistema informático desarrollado para modernizar el Servicio Nacional de Aduanas, que permite la realización de las gestiones aduaneras de los diversos regímenes de importación y exportación. El sistema dispone de los requisitos de importación y exportación de las mercancías y sus aranceles de ingreso, para verificar esta información se debe contar con la clasificación arancelaria, y los porcentajes para cada tributo que deben ser cancelados (pág. 35)

El Ministerio de Hacienda (2016) hace referencia a los tributos que se deben cancelar para el derecho de importación y exportación de mercancía, por medio del documento “ Descripción de tributos en sede aduanera” estos tributos están conformados por:

- D.A.I. - Tarifa de Derecho Arancelarios a la Importación
- I.VA- Impuesto general sobre las ventas.
- Ley 6946 - Tarifa de Ley No. 6946, aplicable sobre el valor aduanero.
- IDA - Tarifa de Impuesto del Instituto de Desarrollo Agrario.
- IFAM - Tarifa de Impuesto del Instituto de Fomento y Ayuda Municipal

Con forme la tabla 1 esta hace referencia al porcentaje que se debe pagar para la importación de materia prima para la elaboración de joyería según sea su clasificación arancelaria.

Tabla 1.

*Clasificación arancelaria y desglose de impuesto*

Partida	Descripción	Impuestos (valor en %)			
		DERECHOS ARANCELARIOS A LA IMPORTACIÓN (DAI)	IMPUESTO GENERAL SOBRE LAS VENTAS (IVA)	LEY 6946	LEY GOLFITO 9356
710110000000	- Perlas finas (naturales)	9	13	1	10
710121000000	-- En bruto	9	13	1	10
710122000000	-- Trabajadas	9	13	1	10
710221000000	-- En bruto o simplemente aserrados,	0	13	1	10

	exfoliados o desbastados				
710391000000	-- <b>Rubíes, zafiros y esmeraldas</b>	5	13	1	10
710410000000	- <b>Cuarzo piezoeléctrico</b>	9	13	1	10
710420000000	- Las demás, en bruto o simplemente aserradas o desbastadas	9	13	1	10
710510000000	- <b>De diamante</b>	5	13	1	10
710610000000	- Polvo	9	13	1	10
710691000000	-- En bruto	9	13	1	10
710692100000	--- Alambres, barras y varillas, con decapantes o fundentes (soldadura)	9	13	1	10

Fuente: Elaboración propia de la información obtenida en <https://www.hacienda.go.cr/tica/web/hdbaranc.aspx>

Según los datos del Instituto Nacional de Economía y Censo de Costa Rica [INEC] (2019) el comportamiento del total de las importaciones en materia prima para la joyería exótica para el

periodo enero 2018 - enero 2019 fueron de \$29,421,876.36, para un total de Kilos (peso Neto) de 44,582.51. Véase figura 6



Figura 4.

Sistema de Consulta INEC. Total, de importaciones de materia prima para la joyería

Fuente: Reporte INEC, Costa Rica

### Clasificación arancelaria

Sistema Arancelario Centroamericano [S.A.C] (2016) hace la referencia a la clasificación arancelaria de la posición exacta de la mercancía, en la Nomenclatura del Sistema Armonizado, con el fin de reconocerlo en la transacción internacional, cada mercancía está asociada a un código de 15 dígitos, conformada por secciones del código que tienen una finalidad descriptiva específica (pág,3)

Para el caso de las perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas se encuentran en la Sección XIV y capítulo 71 según el Sistema Armonizado. (pág.711)

Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas

- “Partida 71.01. Perlas finas (naturales) o cultivadas, incluso trabajadas o clasificadas, pero sin ensartar, montar ni engarzar; perlas finas (naturales) o cultivadas, ensartadas temporalmente para facilitar el transporte.
- Partida 71.02. Diamantes, incluso trabajados, sin montar ni engarzar
- Partida 71.03. Piedras preciosas (excepto los diamantes) o semipreciosas, naturales, incluso trabajadas o clasificadas, sin ensartar, montar ni engarzar; piedras preciosas (excepto los diamantes) o semipreciosas, naturales, sin clasificar, ensartadas temporalmente para facilitar el transporte.
- Partida 71.04. Piedras preciosas o semipreciosas, sintéticas o reconstituidas, incluso trabajadas o clasificadas, sin ensartar, montar ni engarzar; piedras preciosas o semipreciosas, sintéticas o reconstituidas, sin clasificar, ensartadas temporalmente para facilitar el transporte.
- Partida 71.05. Polvo de piedras preciosas o semipreciosas, naturales o sintéticas.
- Metales preciosos y chapados de metal precioso (plaqué)
- Partida 71.06. Plata (incluida la plata dorada y la platinada) en bruto, semilabrado o en polvo
- Partida 71.09. Chapado (plaqué) de oro sobre metal común o sobre plata, en bruto o semilabrado.
- Partida 71.10. Platino en bruto, semilabrado o en polvo.
- Partida 71.11. Chapado (plaqué) de platino sobre metal común, plata u oro, en bruto o semilabrado.

## **Proceso para exportación joyería exótica**

### **Exportación**

Según Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) mencionan en el libro “Negocios internacionales: Ambiente y operaciones” el concepto de exportación como “es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades intencionales y generar venta de bienes y servicios a un país al extranjero para iniciar una actividad de comercialización.” (Pág. 714)

Por otra parte, Galindo y Rios (2015) mencionan la exportación en el libro “Exportaciones” como “la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países.” (Pág,2)

### **Estrategias de exportación**

Según la guía para exportar de Comercio y Aduana (2012) define la Estrategia de exportar como “Un componente esencial de su plan de negocios, ayudando a administrar los sectores de mercado que se han identificado como actividad principal”

Comercio y Adunas explica:

“Para poder implementar una adecuada estrategia de exportación se debe de tomar en cuenta los objetivos, las características del mercado a cuál se desea internacionalizar, tomando en cuenta cinco elementos fundamentales:

- Canal de distribución a utilizar
- Promoción del producto en el mercado y difusión de la oferta exportable de la empresa
- Servicio a ofrecer
- Precio, cotizaciones y políticas de venta

Para que exista una adecuada estrategia de exportación se deben de identificar los sectores de mercados que se desean alcanzar, para poder hacerle frente a una amplia gama de proveedores, incluyendo de forma correcta la tecnología y personal capacitado, y acceso financiero en caso de recurrir a entidades bancarias, de forma que se puedan los compromisos del mercado, así mismo se deben de determinar los puntos débiles de comercialización, en cuanto a la dificultad de capacidad de producción y accesos geográficos.

### **Teoría de la base de exportación**

Según Avilés (2017) la teoría de la base de exportación, es una de las teorías que genera las herramientas para el diseñar estrategias y políticas de desarrollo regional y, por tanto, de las más

aceptadas por los investigadores abocados al análisis de la economía regional, de modo que su argumentación básica presentada por North Douglas es:

Una región ofrece un mercado demasiado pequeño, pero sostiene al menos en las fases iniciales, un ritmo de desarrollo dinámico y persistente. De aquí que las actividades económicas con una producción altamente exportable constituyen el motor del desarrollo regional. La expansión dinámica de tales actividades de exportación amplía el mercado regional y crea condiciones de soporte económico para que surjan nuevas actividades de producción en bienes y servicios para el mercado local y regional. (Pág.3)

Para el efecto de esta investigación solo tomaremos en cuenta el agente de la base exportadora de recursos naturales, debido este agente se pueda dar necesita del estímulo inicial para el desarrollo de una región, sustentada por la existencia y explotación de su base natural de recursos, y en su capacidad para atender los requerimientos del comercio interregional e internacional.

Podemos señalar por medio de la teoría de Douglas Cecil North que el comercio es muy útil tanto como para el mercado local, como los consumidores en el extranjero, debido a que se puede dar el intercambio de mercancías desarrollándose la internacionalización ya que ningún país tiene todos los recursos suficientes para poder sostenerse por sí mismo en cuanto a recursos de materia prima.

Al poder optar por oportunidades se crean herramientas y relaciones efectivas favoreciendo diferentes sectores, rompiendo barreras, en facilitación del comercio con el resultado de crecimiento económico para los países en desarrollo, generando al fácil acceso de bienes y servicios.

### **Tipos de exportaciones**

Según Gedesco (2016) existen tres tipos de exportación, las directas, indirectas y concertadas, estas se deben tomar en cuenta según los recursos financieros y el conocimiento adquirido, tomando en consideración las ventajas y desventajas, para efecto de esta investigación solo se tomará en cuenta la exportación indirecta, de forma que esta es la más utilizada para el proceso de exportación de joyería exótica

### **Exportación indirecta**

La exportación indirecta está basada en la utilización de intermediarios que se encargan de distribuir el producto en el mercado objetivo. Es decir, se utilizan una tercera persona o empresa es la se encarga de vender el producto en el país de destino que se desea comercializar, obteniendo un margen de ganancia por la venta por lo general las exportaciones indirectas son utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en el mercado internacional. (Op cit, 2016)

Esta modalidad aporta la ventaja de que no es necesario contar con grandes recursos logísticos para comenzar a exportar. Todos los costes y esfuerzos asociados a la internacionalización quedan en manos del intermediario. Sin embargo, como desventaja presenta el inconveniente de que se pierde todo control sobre cómo y a quién se comercializa tu producto, además, no se recogen datos, conocimientos ni experiencias que nos permitan continuar mejorando nuestra producción dirigida a la venta exterior. (Gedesco, 2016))

Una de las desventajas que presenta la exportación indirecta es que el intermediario puede venderse al mejor postor o competencia directa y no suelen mantener relaciones duraderas con los colabores internacionales con los que trabaja. Esto hace que los compartidores directos e indirectos puedan ofrecer un producto de similares características, pero más barato, resultando más difícil establecer confianza comercial y viabilidad comercial. (Op cit, 2016)

### **Prohibiciones asociadas a la actividad minera en Costa Rica**

La Selva Salvaje (2010) meción en el reportaje “ Costa Rica prohíbe la minería de oro a cielo abierto” :

Costa Rica es el primer país de América Latina en prohibir la minería oro a cielo y el uso de sustancias tóxicas en minería, como el cianuro y el mercurio esto se aplica por motivos de seguridad nacional, de protección del patrimonio y del medio ambiente, o por motivos económicos, decretad en el Ministerio de Ambiente y Energía decretado en mediante la Ley N° 5605, 30.10.74; Ley N° 7317, 7.12.92 del Decreto Ejecutivo N° 26435 -MINAE, 1.10.97. (s.pág.)

El codigo de Minería n°6797, Asamblea Legistaltiva de la Republica de Costa Rica (1982) establece mediante el articulo 3°:

No podrán hacerse exploraciones o explotaciones de sustancias minerales sin el previo permiso de exploración o la concesión de explotación. Corresponderá al Ministerio de Economía, Industria y Comercio, por medio de la Dirección de Geología, Minas e Hidrocarburos, otorgar permisos exclusivos de exploración y concesiones de explotación, previo análisis y aprobación del estudio que haga el correspondiente organismo gubernamental de control sobre el impacto ambiental de tales actividades. (s.pág.)

### **Perfil del sector de joyería en Costa Rica**

Cascante, Navarro y Pérez (2015) en la tesis “El e- bussinees como herramienta para el fortalecimiento y la internacionalizacion de las mipymes costarricenses propuesta de una estrategia para el sectro Neo Artesanal” expresa: “En el caso de Costa Rica, la elaboración de las joyas realizadas en pequeña escala, es decir de forma artesanal, no teniendo una participación importante en la industria, generando apenas un 0,02% total del empleo formal del país.” (Pág.1)

Para Cascante, Navarro y Pérez (2015):

La Directora Actuarial y Económica de la Caja Costarricense de Seguro Social [C.C.S..S] Evelyn Gamboa menciona en la consulta de realizada sobre el “estadístico artesanal para el periodo 2014-2018” con fecha del 26 de marzo de 2019, “el área de estadística de la C.C.S.S para el año 2018 solo se encuentran 252 empresas dedicada a la actividad de fabricación de joyas y artículos conexos 3691, no hay reporte si estas son de forma artesanal o industrial, debido a que se generalizan los datos.

Para el año 2004 según los datos de C.C.S.S apenas existan 38 empresas dedicadas a la fabricación de joyería, con apenas 161 empleados reportados del total de trabajadores formales del país (927,806 empleados), para un promedio de cuatro empleados por empresa. (Pág. 92)

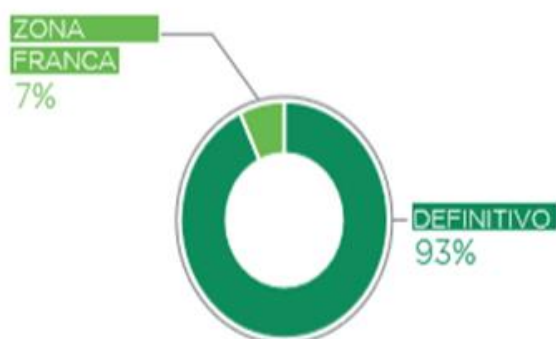
Según Arroyo (2016):

El tipo de comercio denominado “comercio hormiga” es una problemática que tienen los artesanos debido a que día con que ingresan productos provenientes de otro país como Colombia, Perú, Chile, México y Colón – Panamá. Se dedican a venderlo de puerta en puerta al cliente final y a las joyerías, estilo “polaco”.

Representado una limitante debido a que no existe una organización que registre la información de los artesanos, mostrando irregularidades en el momento de control. (Pág.12)

Este comportamiento es reflejado por medio de la figura 7, la mayor cantidad de joyería que se produce se exporta América del Norte, y corresponde a empresas en su mayoría fabrican a escala, únicamente los artesanos siguen fabricando joyas exóticas para vender en sus propios negocios.

#### Exportaciones de joyería según régimen 2017



CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR	%
7113	Artículos de joyería y sus partes	126	26,4%
7117	Bisutería	7,3	15,3%
7110	Platino	6,7	14,0%
711590.00.00.00	Manufacturas de metal precioso o chapado de metal precioso plaqué, n.c.o.p.	6,3	13,2%
710399.00.00.00	Piedras preciosas o semipreciosas naturales, trabajadas, incl. Clasificadas, pero sin ensartar, montar ni engarzar; piedras preciosas y semipreciosas naturales, trabajadas,	3,1	6,5%
	Otros	11,7	24,5%
<b>TOTAL</b>		<b>47,7</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: PROCOMER, BCCR.

Figura 5.  
Comportamiento de las exportaciones de joyería en Costa Rica  
Fuente: Procomer

En la estadística de comercio exterior de PROCOMER (2017) señala el comportamiento de las exportaciones:

El régimen definitivo en joyería alcanzó para el año 2017 los US\$42.8 millones, esto equivalente a un 0.5%, mientras que la evolución de las exportaciones de joyería, pasó de US\$38.8 millones para el año 2013 a US\$46.0 millones en el 2017, con apenas

US\$7,3 millones en el transcurso de 4 años, el porcentaje de participación para el 2013 es de 0,5% y para el 2017 es de 0,4%, esto representa una disminución de 1%. Teniendo como principal destino exportador sigue siendo E.E.UU., con una participación de 94.9% para el periodo 2016-2017.” (Pág. 53)

## **Aspectos por considerar en el proceso de negociación**

### **El uso de los INCOTERMS**

Según Rino (s.f) Una vez realizado el estudio de mercado y se tome la decisión de exportar se debe de tomar en cuenta los INCOTERMS, debido a que estos establecen un conjunto de reglas internacionales que tienen como finalidad facilitar la conducción del comercio global para evitar las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países, ayudando a identificar las respectivas obligaciones entre las partes (C/V) y reduce el riesgo de complicaciones legales, determinando el punto exacto de la transferencia del riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre vendedor y comprador.

Por la seguridad en el traslado, el transporte internacional de la importación de materia prima para la realización de joyería y exportación de joyería terminada, se efectúa exclusivamente por vía aérea, por tratarse de un producto de alto costo y con bastante riesgo en cuanto a su seguridad del traslado, para este análisis solo se utilizará el INCOTERMS del grupo “D” que más se adapta a la exportación de joyería exótica, debido a que el vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino.

- *DAP*: Delivered atPlace (Entregada en Lugar asignado)

Según Procomer (2010) en el informe “Términos Internacionales de comercio” este Incoterms:

se puede usar en todo tipo de transporte incluyendo e multimodal. El vendedor tiene la obligación de “Entregada en lugar” significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada preparada para descarga en el lugar de destino designado también debe de contratar y pagar el transporte hasta el lugar de destino designado y correr con los riesgos de pérdida o daño causados a la mercancía hasta que se haya entregado

en el punto acordado. Mientras que el Comprador debe de correr con el riesgo de pérdida o daño causados a la mercancía desde el momento en que se haya entregado en el punto acordado. (Pág., 46)

El INCOTERMS DAP, es el mayor utilizado para esta actividad de comercio debido a que los artesanos, una vez elaborada la pieza de joyería es el encargado de entregar el pedido en el lugar asignado, pagando todos los gastos de seguro, flete y transporte, de modo que puede supervisar la ruta y puede controlar los tiempos de entrega de la mercancía.

### **Contrato de compraventa internacional**

Según Alzate (2016) para el caso del contrato de compraventa internacional:

se celebra un acuerdo de voluntades entre dos o más partes, con la finalidad de definir obligaciones jurídicas para crear, transmitir, modificar o extinguir derechos de las mismas en caso de algún incumpliendo de la negociación y está constituida por una figura legal delimitando obligaciones y responsabilidades de forma que tanto comprador como vendedor. (Pág,11)

### **Análisis logístico vía aérea**

PROCOMER (2016) Para la negociacion de exportación de joyería se deben de tomar en cuenta los diferentes tipos de transporte, y el tiempo de duración con el fin de garantizar una entrega oportuna y brindar un servicio calidad, por lo general las joyas al ser una mercancía de alto valor en su mayor parte del tiempo es transportada vía área. En Costa Rica el punto de salida es el aeropuerto Internacional Juan Santamaría y tiene un tiempo de transito de 1 a 3 días dependiendo operador de logística y país de destino. De igual mera según sea el destino es importante determinar los costos logísticos, véase la figura 8.

Origen: Juan Santamaría, Costa Rica Destino: Aeropuerto Internacional de San Francisco, Estados Unidos Servicio: Aeropuerto-Aeropuerto		Origen: Juan Santamaría, Costa Rica Destino: Aeropuerto Internacional de los Ángeles, Estados Unidos Servicio: Courier		Origen: Juan Santamaría, Costa Rica Destino: Aeropuerto Internacional de San Francisco, Estados Unidos Servicio: Courier	
Transporte aéreo		Transporte aéreo		Transporte aéreo	
Flete aéreo mínimo 100 kg.	US\$ 246 – \$ 377 53,25% (diferencia de costos)	Flete aéreo 1 kg.	US\$ 149 – \$11 1.254,54% (diferencia de costos)	Flete aéreo mínimo 1 kg.	US\$ 149 – \$11 1.254,54% (diferencia de costos)
Otros gastos aprox.	US\$ 235	Flete aéreo 1,3 kg.	US\$ 269 – \$12,7 2.021,4% (diferencia de costos)	Flete aéreo mínimo 1,3 kg.	US\$ 257 – \$12,7 1.926,81 (diferencia de costos)
Aeropuerto de salida	Juan Santamaría	Aeropuerto de salida	Juan Santamaría	Aeropuerto de salida	Juan Santamaría

Figura 8.  
Costo logístico de las vías aéreas  
Fuente: Operaciones logísticas consultores Procomer

### Requisitos generales para la exportación

La guía informativa sobre temas de comercio exterior y el Centro de Asesoría para el Comercio Exterior [CACEX] (2016) Señala:

En primera instancia se debe de tener un registro como exportador ante PROCOMER. Para iniciar este proceso debe contar con un registro de exportador, este puede ser como persona física o jurídica ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) de PROCOMER, este registro es gratuito y tiene que ser renovado cada dos años, el trámite se realiza en línea mediante la plataforma VUCE 2.0. una vez registrado, se crea un código alfa numérico que le identificará como exportador. (Pág. 4)

Una vez obtenido el código exportador se debe presentar la siguiente documentación, algunos son de forma son de forma obligatoria y otros documentos de forma opcional, según sean las condiciones de exportación.

Los documentos obligatorios son:

**a) Factura comercial.** Este documento mercantil es muy importante debido a que, en él, se establecen las condiciones de venta de la mercancía y sus especificaciones del comprador, la factura comercial podría servir de contrato de compraventa y de forma de cobro, además, puede servir como Certificado de Origen con el visado de la Cámara de Comercio del país del exportador y en una operación no comunitaria, el comprador necesitará este documento para poder realizar los trámites aduaneros en el país de importación. (Op cit, 2016)

Para la correcta implantación de la factura comercial debe de detallar el desglose del Capítulo V, artículo 317.- Reglamento a la ley General de Aduanas Ley No. 7557 de 20 de octubre de 1995. Con los siguientes requisitos:

- Nombre y domicilio del vendedor.
- Nombre y domicilio del destinatario de las mercancías. Si hubiere un cambio de destinatario el que adquiriere esa condición deberá declarar en la factura su nombre y domicilio e indicar que se trata del nuevo destinatario.
- Descripción de las mercancías objeto de la transacción, con especificación de su clase, cantidad, precio unitario y total. Debe indicarse si las mercancías son usadas, defectuosas, reconstruidas o reacondicionadas. En caso de omisión éste dato puede ser agregado por el interesado o agente aduanero firmando esta anotación.
- Tipo de embalaje, las marcas, números, clases y cantidades parciales y total de bultos.
- Término comercial de contratación.
- Desglose de las cantidades por concepto de fletes y primas de seguro.
- Lugar y fecha de expedición. Si la factura comercial no estuviere redactada en español, se deberá adjuntar a ésta la traducción correspondiente. (CACEX, 2016)

**b) *Manifiesto de carga*:** Es el contrato con el transportista internacional y ampara el transporte de mercancías ante las distintas autoridades, según el capítulo II, artículo 218.- Reglamento a la ley General de Aduanas Ley No. 7557 de 20 de octubre de 1995 de los datos del manifiesto de carga cualquiera que sea el tráfico, deberá contener la siguiente información:

- Número del viaje o vuelo
- Lugar y fecha de carga
- Código del país de procedencia del vehículo
- Código del transportista aduanero
- Nombre, razón social o denominación de los embarcadores y consignatarios
- Números de los conocimientos de embarque
- Descripción de las mercancías
- Clase y cantidad de bultos

- Peso bruto o volumen de las mercancías, expresado en kilogramos
- Indicación de si la mercancía viene a granel o en bultos sueltos
- Indicación de si transporta materias contaminantes, corrosivas, inflamables, radiactivas, explosivas, otras sustancias o productos tóxicos o sustancias, productos, objetos peligrosos
- Identificación del vehículo -nombre del vapor o buque y nacionalidad-, matrícula de la aeronave y matrícula de la unidad de transporte que traslada el contenedor, según el tráfico de que se trate. El manifiesto de carga se identificará mediante un número que se establecerá número acuerdo con las disposiciones que defina la Dirección General

El transportista aduanero deberá suministrar a la aduana de ingreso la información correspondiente del manifiesto de carga o declaración de tránsito internacional terrestre, mediante transmisión electrónica de datos y de acuerdo con los formatos que defina la Dirección General de Aduanas (Op cit, 2016)

Plazos establecidos por el artículo 2 del decreto ejecutivo N° 33359 del 14 de setiembre (2006):

Tratándose de tráfico aéreo, la información se deberá transmitir con una anticipación mínima de dos horas al arribo de la aeronave. Si la duración del transporte entre el puerto de salida y el de destino se cumpliere en plazos más cortos, la transmisión deberá efectuarse al menos con una anticipación igual a esos plazos.  
(s.pág.)

La DGA establece por medio del por el artículo 3 del decreto ejecutivo N° 28976 de 27 de setiembre del (2000) menciona:

La información transmitida en forma anticipada deberá indicar, adicionalmente la fecha y hora estimada de arribo o llegada del vehículo al país. En estos casos el transportista aduanero, previo a la conformación de la fecha y hora efectiva de arribo y antes de inicio de la descarga deberá, cuando corresponda, rectificar la información del manifiesto de carga transmitido anticipadamente cuando se trate de incluir o eliminar conocimientos de embarque.(s.pág.)

En caso de existir otros tipos de errores, el transportista deberá presentar a la autoridad aduanera la solicitud escrita de dicha corrección y las justificaciones del caso, siempre y cuando los errores se deduzcan o evidencien de la transmisión de datos o de la documentación presentada, otra obligación que tiene el transportista aduanero es suministrar a la aduana de salida la información correspondiente del manifiesto de carga, mediante transmisión electrónica de datos y de acuerdo con los formatos que defina la Dirección General.

El artículo 2° del decreto ejecutivo N° 34564 del 14 de mayo del (2008) establece un plazo de al menos 2 horas antes de la salida del vuelo, para presentar la información de la documentación y las especificaciones de manifiestos de carga. (CACEX, 2016)

### **Conocimiento de embarque (Bill of Lading -BL-)**

Es el recibo dado por el transportista a su agente por las mercancías que van embarcarse o han sido embarcadas en el buque, lo puede confeccionar la compañía naviera, el agente naviero o el capitán del barco, este documento es acuse de recibo de la mercadería de la compañía transportista y comprueba el estado de la mercancía al momento de la recepción.

Según el artículo 316 del Reglamento a la ley General de Aduanas Ley No. 7557 octubre (1995) los requisitos e información que debe contener el conocimiento de embarque son:

- Mención del medio de transporte (aéreo, terrestre, marítimo) y nombre del vehículo en caso de tráfico marítimo
- Nombre del porteador y del consignatario
- Puertos de embarque y destino
- Naturaleza, cantidad y peso bruto de los bultos, descripción genérica de su contenido, números y marcas
- Flete contratado
- Número de identificación del conocimiento de embarque que permita su individualización
- Lugar y fecha de emisión
- Firma del porteador

- Cuando se trate de empresas del Estado, si en el conocimiento de embarque no se indica el monto del flete contratado, se deberá adjuntar el Contrato de Fletamento, el cual indicará las condiciones y monto del flete; en el eventual caso de que no sea posible presentar dicho contrato, se deberá dar un estimado del monto del flete por parte de la entidad estatal correspondiente, fundamentado en el histórico que se deberá presentar ante la Aduana, sin perjuicio del control a posteriori que pueda efectuar la autoridad aduanera sobre los montos estimados la autoridad aduanera. (CACEX, 2016)

Los documentos que acredita el contrato de transporte aéreo internacional son los siguientes;

### **Guía Aérea o Air Way Bill (AWB)**

Según Mandragón del Diario el Exportador Guía Aérea y sus funciones (2016) el documento de transporte aéreo, es indicar las cláusulas del contrato y sirve como cause de recibido de las mercancías, factura de transporte y declaración para el despacho aduanero, estas cláusulas se encuentran al reverso. El transporte aéreo es considerado por su elevado costo y sus limitaciones de capacidad, solo se considera su uso para envíos de mercancías de alto valor, mercancías perecederas y para envíos urgentes, debido a su rapidez de entrega.

Se emiten tres documentos, originales y nueve copias, representada por diferentes colores, los originales son para el transportista (“for the carrier”) color verde, para el consignatario receptor de la mercancía (“for the consignee”) color rosado y para el exportador/embarcador (“for the shipper”) color azul. Los dos primeros deben ser firmados por el embarcador o su agente, el tercer documento debe ser firmado por el transportista y se presenta cuando es requerido en un crédito documentario, es entregada al embarcador cuando las mercancías han sido aceptadas para entrega y no cuando son embarcadas. Las copias son de color amarillo y es la certificación de entrega de la carga al consignatario. (CACEX, 2016)

Los datos que deben expresarse en las guías aéreas son los siguientes:

- Expedidor o exportador
- Nombre del destinatario

- Número de vuelo y destino
- Aeropuerto de salida y de llegada
- Detalle de la carga: peso, volumen, cantidad, tarifa y descripción
- Indicación de flete si es pagado en origen o en destino
- Importe de guía aérea
- Fecha de emisión

### **Declaración Única Aduanera (DUA) de exportación**

Este documento que tiene el objeto presentar las descripciones, pesos, valores, clasificaciones arancelarias, entre otros de los productos a exportar. (Op cit, 2016)

### **Permisos de exportación en caso de ser requerido**

Este permiso en Costa Rica se les conoce como notas técnicas y corresponden a los permisos que deben tramitarse en determinadas dependencias del estado y que son necesarias para llevar a cabo la exportación de algunos productos dependiendo de su naturaleza y uso, entre estas instituciones se encuentran, el Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Ministerio de Seguridad Pública, Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), entre otros. (CACEX, 2016)

Para el caso de las exportaciones de joyería exótica no necesitamos ningún permiso de las instituciones antes mencionadas

### **Documentos opcionales**

Según la DGA manifiesta que, aunque sean documentos opcionales, estas pueden facilitar el trámite de exportación y la inspección a su llegada al mercado de destino, para así evitar inconveniente con la mercancía, en la aplicación de las preferencias arancelarias en el marco de un Tratado de Libre Comercio (TLC) o Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), estos documentos son:

*a) Póliza de seguro:* Para evitar riesgos en el traslado es recomendable obtener una póliza de seguro, que brinde la mayor parte de la cobertura contra daños físicos o pérdidas de los bienes

durante el transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo, así mismo depende del término de la negociación establecido con el comprador. (Op cit, 2016)

**b) Carta de instrucciones al agente aduanal:** Este documento recomendable realizarlo para evitar futuro inconveniente en el traslado de la mercancía en el que se brindan las instrucciones en forma clara y precisa (manejo y consignación de la mercancía, etc.) al agente aduanero para realizar el despacho en caso de traslado de mercancía, es recomendable realizar una carta por cada operación encomendada, y conservar una copia en la cual conste el acuse de recibo del original para cualquier aclaración posterior. (CACEX, 2016)

**c) Carta de instrucciones al transportista:** Brinda detalles a la empresa transportista con la finalidad de programar el transporte principal con fecha y hora de salida y actualizar la precotización en caso de ser necesario, también se deberá anotar el régimen aduanero al que se destinarán las mercancías, manejos especiales y seguros. (Op cit, 2016)

**d) Lista de empaque:** Es un complemento útil para la factura comercial, ya que suministra los detalles físicos de la carga, tales como: descripción, cantidad de productos, cantidad de cajas, peso y tamaño. (CACEX, 2016)

**f) Certificado de origen:** es un requisito para exportar bajo las condiciones de algún TLC o SGPAG. 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. En el Sistema Integrado de Logística (SIL) de PROCOMER, se muestran las definiciones de los principales requisitos documentales para realizar las exportaciones, para ello deberá dirigirse a la pestaña de exportaciones que indica “Requisitos para exportar. (Op cit, 2016)

### **Normativas para la exportación de joyería de la Unión Europea (U.E)**

Aunque en Costa Rica, no existe ninguna normativa para importar de materia prima, para la elaboración de joyería en cuanto a metales preciosos y semipreciosos ni normas de calidad, que definen la fineza de su material, es importante adoptar las normas utilizadas por la UE, para garantizar la calidad y prestigio a nivel internacional. Una de las preguntas que se les realizó a los

expertos es: ¿Conoce usted sobre las restricciones en las importaciones de metales preciosos para Costa Rica?

De los diez entrevistados, ninguno afirmó conocer las restricciones aplicadas en el país, aunque en su mayoría procuran por su propia voluntad que sus mercancías estén libres de níquel, no hay ninguna de las instituciones que lo controle, esto es un gran desafío porque al momento de comercializar con la diferentes market place como Novica, estas son rechazadas y aviadas de regreso.

Eveling Zoto, diseñadora Joyería textil, y accesorios. Menciona: “en la plataforma de Novica se manda los productos y analizan el producto que es detectado no cumple con las especificaciones porque tienen presencia de níquel es de inmediato regresado, donde se pierde el tiempo e inversión por la falta de conocimiento y restricción.”

Diego Chacón, representante de NOVICA menciona el 18 octubre de 2018: “Yo le diría que para iniciar pueda consultar cual es el mercado que le interesa y ver que oferta hay ya en ese mercado, luego ver qué requisitos se deben de cumplir para poder cumplir con las regulaciones del mercado al que están apuntando (plomo, cadmio, níquel, por ejemplo).

Legiscomex.com (2010) señala en el informe “Inteligencia de mercado- Joyería en la UE:

Según la UNESCO, la importancia transcendental de la producción artesanal radica en elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental. (s.pág.)

La normativa para ingresar joyas al mercado de la UE es importante tener en cuenta las siguientes normas:

Regulación (EC) 1907/2006. Esta directiva reemplazó a la 94/27/EEC o 76/769/EEC y hace referencia a registro, evaluación y autorización de los químicos, así como los límites de contenido de níquel en los metales que van en contacto directo con la piel. Este aplica para todo tipo de joyería (anillos, collares, pulseras y aretes, entre otros) y particularmente en los piercings.

Algunos países de la UE exigen piezas libres de níquel (nickel-free), especialmente en países como Alemania, Dinamarca y Suecia, estos países tienen leyes anti-níquel y en otros como Reino Unido, Francia, y en los Países bajos, las joyas pueden ser enviadas al servicio de ensayo holandesa para la inspección, este proceso puede demorarse cerca de cinco días hábiles y el costo de inspección básica de 4€ y por artículos de oro el precio es de 30 € por 100 gramo de un artículo, 10 € por 100 gramo de un artículo de plata y 85 € por cada 100 gramos de un artículo de platino, una vez realizada esta inspección las prendas que no contengan este material se le colocan un logo especial que la diferencia del resto, de forma que garantiza la calidad de los materiales utilizados. Otro componente que restringen el uso del cadmio y aplica particularmente a la bisutería que es elaborado o que usa plástico o materiales artificiales que utiliza el cadmio como pigmento, estabilizadores o como capa para el plástico. (Pág. 25-26)

Para determinar las normas de calidad, con el fin de definir la fineza de su material del oro, plata, platino o joyería preciosa, se usa la normativa internacional ISO/DIS10712 para la joyería chapada con metales preciosos es la, esta es usada contra la venta de joyería de baja calidad que pierde el baño de oro o plata tras un corto período de uso. (Op cit, 2010)

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

## Enfoque de la Investigación

### Enfoque cualitativo

Este análisis se centra en un enfoque cualitativo, con el propósito de compartir documentos, datos, información por medio de la recolección de datos, con el objetivo de conocer, identificar y describir el comportamiento del encadenamiento de materia prima para la exportación de joyería exótica desde Costa Rica para el periodo III cuatrimestre 2018. Se utiliza una serie de prácticas para el análisis de datos y procedimientos, utilizando las diferentes estrategias que comprenden el análisis de contenido cualitativo, el análisis comparativo constante, el análisis estructural y el análisis del discurso, utilizándose de manera diversa para tener un enfoque de la investigación y sus características.

En el libro metodología de la investigación de Hernández, Fernández y Baptista (2014), se indican los usos del tipo de enfoque cualitativo, y señala que:

(...) se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. También es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico. El proceso cualitativo inicia con la idea de investigación. (Pág. 355)

Por otra parte, Mendoza (2012) define el enfoque cualitativo como:

Es un método que apunta a descubrir la significación de un mensaje, ya sea este un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un memorando, etc. Específicamente, se trata de un método que consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de manera adecuada su sentido. (s.pág.)

## **Método de la Investigación**

Para este método de investigación cualitativa se recolecta la información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de su significado.

Hernández, et al. (2014) indica “todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia, y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto.” (Pág. 9)

Con el propósito de realizar la recolección de información se estudian diferentes documentos que generen un enfoque de lineamiento y procedimiento con respaldo teóricos, por medio estudios realizados en distintas entidades gubernamentales públicas o privadas, entidades especializadas en tema de exportaciones como Procomer, Codexco, Comex haciendo uso de datos suministrados relacionados con la promoción del comercio del sector joyero.

## **Fuente de la información**

### **Muestra**

Según Hernández, et al. (2014) “para el enfoque cualitativo, al no interesar tanto la posibilidad de generalizar los resultados, las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran obtener los casos (personas, objetos, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.” (Pág. 190)

Con el fin de obtener información se realiza la recolección de datos por medio de la entrevista con un sondeo con diez preguntas abiertas, esto debido a la dificultad de hacer observaciones directas del mercado para lograr un mayor entendimiento del comportamiento del

sector en joyería, evaluar las necesidades y soluciones que definen por medio de la opinión generadas por el experto, para la exportación de joyería, y determinar el conocimiento de los controles existentes al momento de importar materia prima, con el objetivo de crear un enfoque de conocimiento amplio y enriquecido a la investigación y generar una facilidad en el contexto para el sector de joyero en Costa Rica.

Según Hernández, et al. (2014):

La muestra en cadena o por redes “bola de nieve”: en este caso, se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar más datos o ampliar la información y una vez contactados, los incluimos también, lo que se busca para la obtención de datos es una muestra en cadena es llegar a más población para lo obtención de los datos. (Pág.388)

**Tabla 2.**  
*Desglose de las entrevistas*

<b>Entrevistado</b>	<b>Experto</b>	<b>¿Por qué?</b>
Entrevistado 1	Diseñadora y artesana , Grattel Sandoval	Artesana dedicada a la comercialización y elaboración de joyería exótica
Entrevistado 2	Diseñador Mauricio Terán	Artesano en proceso de internacionalización
Entrevistado 3	Orfebre y diseñadora Flor Vega. Umaña	Artesano en proceso de internacionalización y distribución local
Entrevistado 4	Artesana y diseñadora María Luisa Domínguez	Maneja conocimientos técnicos del encadenamiento de materia prima y exportación
Entrevistado 5	Diseñadora industrial y productora Ana Cecilia Prenda Garro	Artesana dedicada a la comercialización y elaboración de joyería exótica de forma local

Entrevistado 6	Artesano Alexander Herrera	Artesano con desconocimiento del encadenamiento para la exportación y comercialización de joyería
Entrevistado 7	Diseñadora y orfebre Eleonor Alfonso Jewelry	Artesana dedicada a la comercialización y elaboración de joyería exótica de forma local
Entrevistado 8	Director y diseñador de la escuela Crisol, Jordi Costa Tadeo	Maneja el conocimiento técnico sobre las regulaciones y normas internacionales, para el proceso de encadenamiento
Entrevistado 9	La Diseñadora y Orfebre Gaby Romero	Maneja los procesos de exportación y conoce las normas y regulaciones para operar en otros países
Entrevistado 10	La artesana Evelyn Soto Quirós	Maneja el proceso de encadenamiento de materia prima, distribución, normas para la exportación de joyería

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos de la investigación (2018)

### **Proceso para la recolección y análisis de datos**

Según Hernández, et al. (2014):

En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes:

- a) visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras)
- b) auditivas (grabaciones)
- c) textos escritos (documentos, cartas, etc.)
- d) expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista o grupo de enfoque), además de las narraciones del investigador (anotaciones o grabaciones en la bitácora de campo, ya sea una libreta o un dispositivo electrónico). (Pág.418)

Para hacer una recolección de datos más precisa se planifican una muestra, para poder aplicarse de forma teórica y narrativa, con el propósito de reunir datos específicos, determinando los procesos y las necesidades reales del cumplimiento en el encadenamiento de materia prima para la exportación de joyería exótica, tomando en consideración las variables en las definiciones, así mismo los recursos disponibles las fuentes primarias y secundarias.

Se buscan textos donde se desarrolle el encadenamiento establecidos por políticas e intervenciones de los alcances que tienen los Pymes que deseen exportar joyería artesanal con metales preciosos, tomando en cuenta los alcances económicos, permisos y destinos donde se desea hacer la comercialización, esto clasificados según sus cantidades, calidad, diseños y partidas arancelarias, para determinar el comportamiento de comercialización de esta población según las diferentes necesidades.

De esta forma los datos y la información, así como la revisión del material y la preparación de los datos para el análisis detallado obtenemos grabaciones de audio de entrevistas, y se transcribe la información para hacer un análisis de diferentes menciones de expertos con respecto a la investigación, determinando los factores que influyen en el encadenamiento de materia prima para la exportación de joyería exótica.

## **Instrumentos utilizados en la investigación**

### **Cuestionario**

Según Rojas (2001) “el cuestionario es un instrumento de investigación que se utiliza, de un modo preferente, en el desarrollo de una investigación en el campo de las ciencias sociales”

Para la realización de este cuestionario se realizaron preguntas abiertas, con el fin que no se delimite las alternativas de respuesta. "Las preguntas abiertas son particularmente útiles cuando no tenemos información sobre las posibles respuestas de las personas o cuando esta información es insuficiente." (Rojas 2012)

### **Entrevista**

Según Hernández et al, (2014):

La entrevista es una técnica usada por los investigadores para la recolección de información sobre un tema objeto de estudio.

Se apoya de las interrogantes establecidas en el cuestionario. Debido a que el enfoque del presente estudio es de carácter cualitativo, la entrevista es más íntima, esto quiere decir que es flexible y no estructurada o abierta. Se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. (Pág. 403)

### **Otros instrumentos**

De igual manera hace uso de los estudios planteados en tesis, revistas científicas, libros, diarios e internet con fuente bibliográfica disponible y confiable, que suministren referencias en razón al comercio, industria, joyería y manejo de materia prima, dirigidas especialmente a microempresarios comercializadores y fabricantes de joyería, es decir, se busca una hipótesis completa, obteniendo para poder generar una estructura sólida la investigación, al mismo tiempo se puede llegar una teoría más precisa al planteamiento del problema, y cubrir el sesgo encontrado de información.

Según Hernández, et al. (2014). Dado el amplio volumen de datos, éstos deben encontrarse muy bien organizados. Asimismo, debemos planear qué herramientas vamos a utilizar (hoy en día

la gran mayoría de los análisis se efectúa mediante la computadora “los instrumentos a utilizar son grabares celulares y computadora, se utilizará entrevista, grupo de enfoque y observación, para tener un respaldo de la información. Los instrumentos a utilizar para la investigación son Computadora, grabadora de audio y libreta para anotaciones.” (Pág.422)

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS DE RESULTADOS**

}

## **Análisis de resultados**

En el presente capítulo se desarrolla el análisis del resultado obtenidos por el procedimiento básico, aplicada a la teorías y muestra obtenidas en las entrevistas realizadas como muestra del desarrollo del estudio, con el fin de captar la realidad existente en el proceso de encadenamiento para la exportación de joyería exótica, disponiendo información relevante y concordancia entre los diferentes entrevistados. Por la cual se determina una muestra de diez expertos de diez preguntas, expresándose de forma narrativa, con semejanza de algunas respuestas.

Según Hernández et al. (2014):

El investigador produce una explicación general o teoría respecto a un fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto concreto y desde la perspectiva de diversos participantes. Desde luego, al generarse teoría se desarrollan hipótesis y variables o conceptos que la integran, y una representación o modelo visual, se deben basarse o derivarse de datos recolectados en el campo. (Pág. 472)

Este presente análisis está organizado por dos secciones, en la primera sección, se presenta una tabla que grafica las categorías emergidas por cada unidad de análisis explorada y en la segunda sección describe y analizar cada categoría del análisis confrontada con lo expresado por las fuentes de información con la teoría que le da el sustento científico al presente estudio, logrando un apartado de interpretación que consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema de investigación.

**Tabla 3.**  
*Unidad y Categorías de análisis*

<b>Unidad</b>	<b>Categoría</b>
<b>Características del plan de comercialización</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocimiento de requisitos para la exportación</li> <li>2. Intervención de intermediarios de distribución y comercialización de materia prima</li> <li>3. Constitución de empresa exportadora</li> <li>4. Plan de negocio</li> <li>5. La decisión de explotar la oportunidad</li> <li>6. Plan de negocios puesto en marcha</li> <li>7. Estudios de mercado internacional</li> </ol>
<b>Factores que determinan la capacidad exportadora</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Canales de distribución</li> <li>2. Instituciones que colaboran en el proceso de exportación e importación</li> <li>3. Agente económico</li> <li>4. Importancia de los agentes económicos</li> <li>5. Expectativas del mercado y del consumidor</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos de la investigación (2019)

## **Unidad de Análisis 1: Características del plan de comercialización**

En esta primera unidad se hace referencia al proceso de encadenamiento de que se lleva a cabo para la exportación de joyería exótica, tomando en cuenta las necesidades y requisitos que se deben de tener para poder lograr una internacionalización de la joyería en Costa Rica, esto debido a la carencia existente de información y procedimientos por seguir, de modo que se realiza este análisis del comportamiento del entorno nacional, debido a que esta actividad de comercialización en su mayoría se dedica de forma informal en el negocio y no presentan un registro de datos que demuestren el seguimiento de la cadena de producción, llevando a cabo la venta de forma directa, en un mercado altamente competitivo.

A continuación, cada categoría describe cómo se lleva el proceso de comercialización de joyería exótica en Costa Rica, confrontado con teoría que respaldan la información de los expertos entrevistados, mostrando resultados del procedimiento de las herramientas y posibilidades de exportación.

### **Categoría 1: Reconocimiento de requisitos para la exportación**

#### **Descripción**

Del mismo modo los expertos entrevistados todos se dedican a la comercialización y diseño de joyas exótica o contemporánea y tienen el conocimiento de los requisitos y formalidades para exportar e importar, pero no están del todo bien informados sobre los pasos a seguir, la mayoría no avanza de la primera etapa de recolección de documentación y formalidades en permisos, porque consideran este proceso engorroso y tedioso, donde la información suministrada no siguen una secuencia de la capacitación orientada por Procomer, porque se considera que se imparte de forma muy general.

- ✓ *“He seguido de cerca a los órganos encargados y he encontrado mucha traba o desinformación”* (Entrevistado 1)

- ✓ *“Prácticamente lo básico, como registrar la marca de comercialización, la alianza de marca país”* (Entrevistado 7)
  
- ✓ *“Cualquiera persona puede exportar, utilice los diferentes ICOTERMS que existen y teniendo el código de exportado”,* (Entrevistado 1)
  - ✓ *“Solo se debe de tener un producto de alta calidad, estar inscritos antes el Ministerio de Hacienda”* (Entrevistado 3)
  
  - ✓ (...) *“los requisitos para la exportación son sencillos, no exporta por volumen, se exportar, solo se debe de cumplir con el requisito de factura comercial”* (Entrevistado 4)

### **Análisis**

Ministerio de Economía, Industria y Comercio [MEIC ]( s.f.) señala los requisitos para exportar por medio de la página ventana única Pyme para pymes.

- a) Poseer un producto ya comercializado a nivel nacional.
  
- b) Definir los objetivos, costos y metas para exportar.
  
- c) Conocer la información requerida de los mercados de interés.
  
- d) Cumplir con los estándares internacionales de calidad.
  
- e) Conocer los operadores de transporte, así como sus precios y rutas; a fin de estimar tiempos de entrega, costos y la documentación pertinente, según requerimientos del lugar de destino o tránsito.
  
- f) Registrarse ante la Ventanilla Única de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), donde se le asignará un código. (s.pág.)

De acuerdo con el MEIC, para poder exportar primero se debe de obtener el carnet de exportador ante PROCOMER, es carnet es dispositivo electrónico denominado “Token”, donde se ingresan los datos de la empresa y se obtiene un software para transmitir la información de sus exportaciones al TICA. Para crear el DUA, PROCOMER provee al interesado el "sistema integrado de ventanilla única de comercio exterior" (SIVUCE-TIC@), para facilitarle su llenado. Finalmente se adquiere el sistema de notas técnicas para la elaboración de certificados y autorizaciones especiales dependiendo del producto que se desee exportar.

## **Categoría 2: Intervención de Intermediarios de distribución y comercialización de materia prima**

### **Descripción**

Según lo indicado por los expertos entrevistados, contestaron que si utilizan intermediario para la importación de materia prima para la realización de joyería, debido a que los aranceles son muy altos, en su mayoría consideran que no es tan rentable hacer esta inversión, esto porque no es permitido la explotación minera y los dos restantes prefieren, importar directamente esto debido a que tienen la oportunidad de viajar y de escoger los metales preciosos y piedras para poder diseñar las joyas.

- ✓ *“Yo generalmente importo toda mi materia prima, ya que la tengo que ver, tocar, garantizar y aprobar, también exijo certificado que no es procedente de explotación infantil o de dudosa procedencia.”* (Entrevistado 2)
- ✓ *“La plata que se utiliza en la joyería es reciclada, estas provienen de placas radiográficas por medio de procesos físico-químicos a las que son sometidas una vez que son desechadas, debido a que Costa Rica no es permitido la explotación minera, esto en cuanto la plata, pero para obtener las piedras preciosas solo hay un proveedor Costa Rica que las comercializa.”* (Entrevistado 8)

### **Análisis**

La ley del Código de Comercio de Comercio No. 3284, Asamblea Legislativa de la República De Costa Rica. (1964) establece:

El artículo 360 -Se denominan representantes o distribuidores de casas extranjeras o de sus sucursales, filiales y subsidiarias, toda persona natural o jurídica, que en forma continua y autónoma, con o sin representación legal actúe colocando órdenes de compra o de venta directamente a las firmas importadoras o exportadoras locales sobre la base de comisión o porcentaje, o prepare, promueva, facilite o perfeccione la venta de mercaderías o servicios que otro comerciante industrial extranjero venda o preste.(s.pág.)

### **Categoría 3: Constitución de empresa exportadora**

#### **Descripción**

Conforme a la pregunta anterior los expertos reconocen los requisitos para exportar, pero al consultar si se conoce como se constituye una empresa exportadora cuatro de cada diez sí afirman en reconocer como está constituida, esto debido a capacitaciones en PROCOMER y el otro restante desconocen del cómo se constituye una empresa exportadora, generando un fracaso, alto grado de desconfianza y desmotivación al momento de emprender un negocio, provocando una tendencia muy marcada que en Costa Rica no existen las oportunidades, debido a la situación política, legal y socio-cultural a pesar de contar con ciudadanos creativos e innovadores que marcan tendencias en el mercado.

Aunque este mismo programa lo imparte Procomer, esto indica la falta de interés o desmotivación porque consideran que hay muchas dificultades para realizarlo.

- ✓ *“Tengo el conocimiento básico, pero lleno de trabas a la hora de hacerlo.”*  
(Entrevistado 2)
- ✓ *“No sé cómo se constituye, debido al costo que se tiene como emprendedurismo, es muy complicado y no hay impulso en el comercio. Debido a esto solo comercializa de forma local.”* (Entrevistado 7)
- ✓ *“Sí. Llevé las capacitaciones para ello en PROCOMER.”* (Entrevistado 9)

## Análisis

Según Tellez y Monry (2014) para crear una empresa exportadora se deben de llevar los siguientes procedimientos antes de empezar a realizar constituir una empresa exportadora, esto con el fin de evitar pérdidas cómicas:

- Disponibilidad del producto, valor agregado, calidad y precio, y adaptabilidad.
- Identificar el potencial del producto, esto quiere decir que se tiene que llevar el control del comportamiento del producto en el mercado y su adaptación, teniendo en cuenta las condiciones arancelarias, fitosanitaria y acuerdos comerciales.
- Conocer la demanda del producto, por medio de las condiciones de accesos al país donde se desea exportar, por medio de las rutas, tarifas de transportes y documentos requeridos.
- Estimar los costos de ahí es de mucha importancia de las incoterms, y las alianzas comerciales.
- Determinar una herramienta de promoción.
- Unas resueltos todos los puntos anteriores y se pasa a consolidar la empresa llevando acabo las siguientes acciones:
- Debe consolidarse legalmente como persona natural o jurídica.
- Realizar estudios de mercados de acuerdo a la necesidad del consumidor y gustos.
- Tener socios comerciales con tacto de ventas del producto.
- Conocer los trámites aduanales y medidas de seguridad, embalaje y empaque. (Pág. 83)

Presidencia de la República de Costa Rica (2019) informa mediante el “Manual para la persona emprenderas: ABC emprender en Costa Rica”:

Para una persona emprendedora, llegar a la etapa de exportación puede tomar tiempo, pero también puede ser relativamente rápido y sencillo dependiendo del tipo de bien que ofrezca y su capacidad para identificar y trabajar nuevos mercados internacionales. Lo importante es plantearse la meta y definir la estrategia para hacerlo, incluso pensando en el mediano y largo plazo. (Pág. 83)

## **Categoría 4. Plan de negocio**

### **Descripción**

Este plan de negocio es necesario para realizar cualquier actividad económica debido a que se deben de considerar muchos riesgos y oportunidades para poner en marcha un negocio tomar en cuenta que esto es el ejercicio para que permite la sostenibilidad y duración en el tiempo, de manera continua y conserve la esencia de la empresa, para no crear un producto a partir de una idea que no es validada y no ocurra en una dirección opuesta.

Para algunos artesanos no tener un plan de negocio definido crea una amenaza muy alta ya que no tienen como hacerles frente a grandes competidores, aunque cuente con un producto único y diferenciado.

- ✓ *“No tengo las bases, debido a que entramos a la segunda fase sin haber participación de la primera, es muy costoso colocar el producto al exterior debido que son muy pocos que lo están logrando, debido a las amenazas externas y no se puede competir con un mercado agresivo.”* (Entrevistado 6)

### **Análisis**

Hurtado, (2011) menciona en el análisis “Plan de negocio como una de las oportunidades”

(...) se deben de identificar la viabilidad técnica, económica, social y ambiental que sirva como guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa y se estructura de la siguiente manera: Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos, disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados, uso de tecnología empleada para el desarrollo de productos o servicios, redes empresariales, recursos financieros, análisis de la oportunidad, cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio. (Pág. 38)

Por otra parte, Lambing y Kuehl (2016) mencionan:

Un plan de negocio es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio. Frecuentemente es preparado por una compañía existente para generarse que el crecimiento futuro se maneja en forma adecuada; si el plan se prepara para un negocio que inicia, ayuda al empresario a evitar errores costosos. Además de ser útil como instrumento de planificación es frecuente que el plan de sea necesario para obtener financiamiento. (Pág., 136)

## **Categoría 5. La decisión de explotar la oportunidad**

### **Descripción**

Se deben de explotar todas las oportunidades necesarias innovando con materiales diferentes o simplemente aprovechar la información disponible logrando reconocer una nueva oportunidad de mejorar el potencial que contempla innovación continua para enfrentarse a los retos latentes del presente desatancándose de los demás, para así aumentar la producción, abarcar nuevos mercados y a los desafíos probables del futuro.

- ✓ *Utilizo muchos materiales que me ayuden a innovar mi joyería creando una esencia única y diferente, con garantía de esto utilizó mis sellos de calidad en la que brindo confianza a al consumidor de que se está comprando producto de alta calidad (Entrevistado 9)*

### **Análisis**

Según Weinberger (2009) al momento que se toma la decisión de explotar una idea de negocios para lograr obtener negociaciones en otros países y formar parte del nuevo mercado internacional, esta podría marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso, debido a que se debe de estar muy seguro de contar con las habilidades y fortaleza necesaria para explorar nuevas alternativas, este proceso está formado por una serie de etapas, que tienen racionalidad y permiten al empresario ir tomando las decisiones requeridas en forma secuencial y con moderados niveles de riesgo, debido a que se tiene que contar con todos los recursos necesarios para alcanzar los objetivos planteados, para evitar el fracaso o quiebra de la empresa.

## Categoría 6. Plan de negocios puesto en marcha

### Descripción

Todo negocio tiene un inicio que nace primeramente de una idea en innovación o simplemente una necesidad existente, para el proceso de comercialización de joyería exótica se deben de poner en marcha las oportunidades generadas por medio de capacitaciones, debido a que si se tiene un producto existente y de buena calidad se debe de buscar la forma de comercializarlo y dejara que se acumule o quedarse sin inventario necesario, es prácticamente llevar un control de producción. (Weinberger, 2009)

- ✓ *“Una de las limitantes es que muchos se dedican a la comercialización de joyería y no tienen capacitación tanto para comercializar y exportar, por lo que solo se encarga de producir y no estar en otros trabajos de mercadeo y debido a eso no se hacen las cosas bien, aunque existan muchos esfuerzos de Procomer para que se adquiera este conociendo, no son aptas y no se le da el seguimiento de estas.” (Entrevistado10)*
- ✓ *“El MEIC y ICT, INAMU, IMAS, deberían de unirse y aportar a los artesanos el sello, porque el primer sello PYMES se lo dan de forma gratuita, pero el segundo se tiene que pagar con un costo de 300,000 colones, para un artesano es un costo, debido que hay que pagar salarios, prestamos, materias primas materiales, por ser artesano y cumplir con todos los estándares no se debería de cobrar, porque es muy difícil.” (Entrevistado 6)*
- ✓ *“Para nosotros los artesanos es muy difícil tener un plan fijo de negocio en marcha ya que, por lo general, el diseñador es el encargado de vender, de comprar materia prima, de realizar la publicidad y todo lo que conlleva el negocio esto porque los presupuestos no alcanzan para generar una fuente de empleo” (Entrevistado1)*

### Análisis

Una vez planteada la decisión de explorar nuevas oportunidades, se debe lograr el equilibrio entre el entusiasmo y la cantidad real de recursos disponibles, debido a que se debe de terminar las condiciones del entorno para evitar el manejo de contingencias o situaciones no previstas, en el

caso de la comercialización de joyería exótica, probablemente el momento más adecuado de temporada alta, sería cerca de alguna fecha importante como el día de San Valentín, el día de la madre o las fiestas navideñas, el artesano deberá asegurarse de que sus joyas sean producidas con la debida anticipación, con todos los detalles plasmados en el diseño de la temporada establecida, que para que haya tiempo de ofrecerlas a las tiendas para las fechas más importantes. (Op cit, 2009)

## **Categoría 7. Estudios de mercado internacional**

### **Descripción**

Para maximizar los potenciales del país, se debe tomar en cuenta muchos aspectos de la capacidad exportadora debido a esto que es el último eslabón del encadenamiento de la exportación de la joyería. Para muchos artesanos este estudio de mercado internacional lo realizan, pero consideran que es una meta imposible de llegar debido a que no pueden competir con las grandes industrias o con países que adaptados con una buena cultura exportadora como Perú.

- ✓ *“muchos de estos estudios de mercado internacional solo se quedan en papel, porque no se considera hacer una alta inversión ante competidores tan fuertes, también el alto costo que esto lleva no son todas las que logran llegar a la meta”* (Entrevistado 8)

### **Análisis**

Una vez tomada la decisión de exportar, se debe de tener en cuenta los estudios de mercado para definir el destino u origen que presenten mayor potencial de crecimiento cuestionándose las siguientes preguntas:

- ¿Existen preferencias arancelarias?
- ¿Cuáles son y qué impacto tienen en el negocio?
- ¿Vale la pena exportar o importar? Esto una vez analizando los mercados locales
- ¿Cuáles son los costos totales del comercio internacional?
- ¿A qué precio se tendrá que vender en los países de destino el producto exportado y a qué precio se deberá vender el producto importado en el país de destino?
- ¿Con qué productos compiten?

- ¿Qué cantidad de producción está disponible para exportar o importar?
- ¿Cuáles son las condiciones del entorno de los países desde donde se importa y hacia donde se exporta?
- ¿Cuáles son las reglamentaciones comerciales en el país de origen?
- ¿Cuál es la calidad, disponibilidad y accesibilidad a servicios logísticos a nivel nacional e internacional?
- ¿Cuáles son las barreras culturales (idioma, religión, creencias), normativas de calidad (certificaciones) y sanitarias (cuarentenas para el caso de animales vivos)?

### **Unidad de Análisis 2: Factores que determinan la capacidad exportadora**

En esta unidad de análisis se describe los principales puntos que se deben tener en cuenta para lograr una comercialización, ya sea de forma local como internacional. Es un punto clave poder destacar un producto o servicio por sobre la competencia, y esto se puede alcanzar con estrategias enfocadas en el desarrollo de la imagen del mismo, en la forma que se presenta el producto, de manera que, si cumple o no con los estándares de certificaciones y empaque, debido a que este presenta de forma física el aporte de la calidad del producto.

Escandó y Hurtado (2014) mencionan:

Ante la creciente internacionalización de las empresas, y el proceso actual que existe de globalización se deben tener en cuenta todos los aspectos de la entrada al mercado extranjero, con el firme objetivo crecimiento, debido al que se las Pymes que están en esta lucha constante de sobrevivencia debido a que constituyen un eje fundamental y dinamizador de su desarrollo económico. (Pág.3)

Para Escandó y Hurtado (2014) “Los enfoques teóricos para el fortalecimiento y ventaja competitiva del control de los recursos están constituidos por tres factores:

- a) Los desarrollos tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación
- b) La capacidad emprendedora de las personas.
- c) Redes internacionales.” (Pág. 172)

## Categoría 1: Canales de distribución

### Descripción

Los canales de distribución son un factor muy importante para que se logre el final del encadenamiento para la exportación de joyería, este acceso a los mercados y a los clientes intencionales es una decisión clave en el marketing internacional, esta gestión le permite tener presencia de marca en él y maximizar las operaciones pilar que concluye los esfuerzos de una empresa para ingresar en un mercado, los más utilizados por los artesanos dedicados a la joyería son, como eventos grandes Festival Internacional de las Artes (FIA), Transitar, Festival Nacional de las Artes (FNA) visitas a bibliotecas, museos, fábricas y redes sociales. Otro canal de distribución muy importante para generar nuevas oportunidades de negocios es tener contacto con los potenciales clientes y proveedores, con su propia red de amigos, con potenciales socios, con cámaras de comercio, agencias de desarrollo, plataformas tecnológicas.

- ✓ *“Aunque existen plataformas de internet estas no tienen ningunas regulaciones, estas tiendas no tiene un ingreso en Europas y Estados Unidos, debido a que maneja una gran gama de productos en sus catálogos y su costo es muy alto para estar entre las primeras opciones de compra, están también las ferias, pero estas se deben ser internacional por que se contactan directamente los compradores, se debe hacer la migración a estas ferias, que estas contactan a los compradores de forma directa y después se envía el producto.”(Entrevistado 8)*
- ✓ *“El canal para comercializar la joyería asía fuera son definitivamente son en línea, por tienda online, por tienda propia, por medio de otros comercios, también existe Amazon, que se exporta al webhouse, para tener las piezas en prain, pero en caso de nuestro no funciona porque son piezas únicas, no se pueden tener un volumen de piezas que salen por que cada pieza de joyería es diferente.” (Entrevistado 4)*

### Análisis

Cámara de Comercio de Costa Rica (2013):

Los canales de distribución internacional de mercancías se establecen según las características de la geografía, la red de transporte y la economía de cada país. Por tanto, dichos aspectos delimitan las formas en la que las empresas comercian sus productos en el territorio nacional, por lo que los factores clave para el éxito en un mercado pueden no ser transferibles a otro. (Pág.2)

Los canales de comercialización son muy reducido y considerablemente corto, esto por la alta concentración geográfica de la economía en el Gran Área Metropolitana<sup>1</sup> (GAM), por esta razón, la mayoría de las empresas tienen la capacidad de hacer llegar fácilmente sus productos hasta el consumidor final. En la mayor parte tenemos un escenario de la distribución que el mismo importador es un distribuidor minorista. Asimismo, existe una baja especialización de los importadores, ya que el reducido tamaño del mercado les impide especializarse en la importación de un único tipo de producto y ampliar sus productos (Cámara de Comercio de Costa Rica, 2013)

Actualmente son los convenios que tiene PROCOMER para ayudar al proceso de como canales de distribución de los artesanos en joyerías. En la cual reciben capacitaciones del uso de la plataforma y de las condiciones de participación, estas plataformas son Amazon, Etsy, eBay, Gilt, Ruelala, estas empresas extranjeras hacen una planificación detallada desde que los productos son fabricados hasta su distribución a los consumidores finales a través de intermediarios, o sea, distribuidores mayoristas y minoristas.

## **Categoría 2: Instituciones que colaboran en el proceso de exportación e importación**

### **Descripción**

Aunque existan en Costa Rica muchas instituciones que ayudan al proceso de exportación y de importación según sus necesidades de comercialización, en su mayoría desconocen a las demás instituciones, esto debido a la falta de información, desconociendo a su vez los beneficios y servicios que estas les pueden brindar para un mayor conocimiento empresarial

Al preguntarles si reconoce a las instituciones que colaboran en el proceso de exportación estas fueron las respuestas:

- ✓ *“Reconozco a las instituciones como el MEIC y PROCOMER son las que reconozco por algunas capacitaciones y actividades.” (Entrevistado5)*
- ✓ *“Solo reconozco a Procomer por los talleres que promociona, pero generalmente no asisto, igualmente me llegan las invitaciones de los talleres, pero no asisto.” (Entrevistado 7)*

### **Análisis**

Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX) (2014) menciona:

“Los Ministerios relacionados con los trámites de exportación e importación, estas tienen la función de capacitar y orientar, y ayudar a las empresas ya micro, mediana empresa, diseñado políticas de comercio exterior e inversión extranjera para que cada vez más costarricenses se beneficien de la inserción en la economía global.” (Pág. 2)

### **Categoría 3: Agente económico**

#### **Descripción**

En muchas ocasiones el factor económico es un impedimento para realizar una actividad de comercialización, esto porque no cuenta con los suficientes recursos financieros para solventar o una proyección financiera que determine cuál es el nivel de gasto que se puede soportar en el negocio, la rentabilidad obtenida, de forma que se debe construir una estructura de costos necesarios y de ingresos.

- ✓ *Las limitaciones es que en Costa Rica no existe materia prima para la joyería, el inventario es muy limitado, las que hay talvez no son de buena calidad, y son muy caras, por la cantidad de impuesto que se paga por importarla, etc, es una gran limitante, porque para poder diferenciado y de calidad hay que impórtalo, para el sector modo e general, en si la materia prima es la limitante. (Entrevistado 4)*
- ✓ *El capital. la falta de apoyo del consumidor costarricense, debido a que prefieren la bisutería y opciones de crédito. (Entrevistado 6)*

### **Análisis**

Según Caymans (2018) el agente económico es el encargado de actuar y tomar decisiones para el funcionamiento de la economía, siguiendo una serie de normas para lograr de algún modo perfeccionar el bienestar económico. En estos están incluidos las familias, las empresas y el estado, se efectúan por medio de las decisiones de forma directa el sistema económico general, ya que están relacionadas con la producción, la distribución y el consumo de productos y servicios.

El agente económico familiar se encarga de consumir, ahorrar y proveer trabajo mientras que el agente económico de las empresas crea el trabajo y el capital, también conocidos como “factores de producción que generan las familias”, con el fin de crear y aumentar el valor y la prosperidad de los bienes y servicios económicos. Por parte del estado tiene una influencia más compleja en las actividades económicas, controla la oferta y la demanda de forma que estipula el costo de los impuestos, forma leyes, regular los precios, entre otros, (Op cit, 2018)

Cada uno de estos agentes están entrelazados unos con los otros, de modo que, aunque parezcan que se trabaja de forma individual de manera que las empresas y las familias le brindan impuestos al estado para que este funcione. Las empresas les brindan bienes y servicios a las familias y estas a su vez, le brindan mano de obra a las empresas. A su vez, el Estado, brinda diferentes subvenciones, bienes y servicios tanto a las familias como a las empresas, pero si uno de estos agentes falla, los demás agentes funcionan de forma ineficiente o con menos progreso. (Caymans, 2018)

#### **Categoría 4. Importancia de los agentes económicos**

##### **Descripción**

Para el sector económico en la joyería exótica realizada de forma artesanal el resultado obtenido es seis de diez personas consideran si es un factor importante, coincidiendo al haber una actividad económica estable y ordenada puede crear nuevas oportunidades de empleo y que toda actividad comercial por muy pequeña que sea suma al desarrollo del país y los cuatro restantes consideran que no es un factor importante. Debido a esto es considerado que exista un perfecto ciclo en el factor económico, para mantener un balance en la economía y posibilidad de ingreso de capital extranjero.

- ✓ *“Si, por que como cualquier otro comercio le genera ingresos al país y mientras más personas generen una actividad de comercio, se logra un balance económico.”*  
(Entrevistado 10)
- ✓ *“Me gustaría que lo fuese. Pero no lo es, por que no existe apoyo y cada vez son menos realizando esta actividad”.* (Entrevistado 9)

## **Análisis**

Por medio de los agentes económicos se generan riquezas importantes que benefician a todos los implicados, cumpliendo el funcionamiento adecuado de la economía de una sociedad, repercutiendo en el mejoramiento de la misma. Ante de la ausencia de alguna o la falta de cumplimiento de alguna función de un agente el sistema económico de la sociedad se vería afectada e implicaría consecuencias negativas en la economía.

## **Categoría 5: Expectativas del mercado y del consumidor**

### **Descripción**

De los diez entrevistados todos concluyeron que tienen una expectativa errónea del mercado, esto al preguntárseles ¿cuáles son las necesidades o limitante que tiene como artesano para poder expandir su producto a nuevos mercados? Esto es porque no logran alcanzar los objetivos planteados que son muy pocas las oportunidades de comercialización en el territorio nacional y aún más escasa en el mercado extranjero esto debido a que no se reconoce el esfuerzo ni la calidad, siendo cada vez más cerrada, de modo que no se cuenta con una promoción de consumo, al mismo tiempo que es afectada por la competencia que ofrece el mismo producto con la misma calidad, pero a un costo muy bajo, aunque este tenga características diferenciadoras.

- ✓ *“Creo que el sector de joyería va mucho como se enfocó la industria del café, no es una cosa de masificar, sino más bien de hacerlo muy exclusivo con piezas únicas, diseño muy diferente, es más bien no vender por volumen o cantidad sino diferenciarse por calidad de tanto de los materiales utilizados, mano de obra y diseños, porque existen muchos artesanos no tienen diseño y no tienen ese diferenciador que se tienen que capacitarse y explotar más.”* (Entrevistado 4)

- ✓ *“Existe muchas limitantes, debido a que hay mucha competencia proveniente de Guatemala y Tailandia, debido al bajo costo que tienen y son muy baratas, al momento de exportar, se compite con estos lugares y el cliente final lo que quiere es ganar y no le toma tanta importancia al valor agregado que tiene el producto.”*  
(Entrevistado 3)

### **Análisis**

El manual para personas emprendedoras en Costa Rica (2019) que el mercado meta y consumidor ideal no existe, debido que se crea un mal muy común en los emprendedores que obtendrán el éxito del producto una vez puesto en el mercado, partir de una idea que aún no ha sido validada, para que este proceso transcurra de forma correcta es necesario encontrar las raíces en el problema o necesidad de un mercado en específico, es decir, cualquier emprendimiento y negocio debería estar respaldado por la necesidad u oportunidad que plantea un mercado determinado y con suficiente tamaño para garantizar la viabilidad del proyecto.

Existen dos tipos de orientación de mercado:

a) Orientación al producto:

Es aquel con enfoque al interior que se centra en fabricar productos que se pueden hacer, o que se han hecho por largo tiempo para luego tratar de venderlos, quizás con algún pequeño valor o detalle agregado.

b) Orientación al mercado:

Tiene un enfoque con vista al exterior, donde las decisiones de productos se basan en la demanda del consumidor y se establecen por investigaciones de mercado. Siendo esta segunda opción la manera más segura de garantizar el éxito de un producto, pues son los mismos compradores lo que manifiestan la necesidad u oportunidad.

El mercado ideal, por otra parte, lo constituye la población general a la cual el producto puede ofrecerle mucho valor, incluso si no está incluido en el mercado meta, sin embargo, este mercado implica que hay límites, ya que a la hora de seleccionarlo se debe delimitar geográfica, demográfica o psicológicamente para poder ajustar y personalizar el producto.

## **Interpretación de los datos**

Ante el constante cambio en la globalización y el comercio, Costa Rica presenta mucho dinamismo en el comercio en las diferentes áreas, debido a que cuenta con una gran variedad de productos y tiene alto potencial de competencia en la región, esto hace que un constante cambio en el comercio local tenga la necesidad de ofrecer productos diferentes y novedosos. Analizando el proceso de encadenamiento que cuenta el país para la exportación de joyería exótica, se genera un diagnóstico que identifica muchos desafíos y retos para este sector.

Este estudio logra identificar las necesidades existentes para que se una con una mayor orientación hacia el cumplimiento del encadenamiento de joyería debido a las diferentes deficiencias, limitantes y expectativas generadas en diferentes programas implementados, debido a que se encuentran muy lejos de los objetivos implementados, esto porque se crean propuestas de ayuda, pero estas no logran crear un diseño efectivo para la necesidad de esta población.

Si bien es cierto, existen muchos controles para la importación y exportación, no todos los artesanos dedicados que deseen exportación de joyería tienen un conocimiento real de estos, esto genera que tienen que delegar responsabilidades a terceras personas y pierden el control y el proceso de la mercadería existente, generando un desánimo al momento de querer internacionalizarse, porque no se logra controlar los desafíos.

Se determina que existe una necesidad urgente de crear una propuesta diferente para cada necesidad de exportación de los artesanos en joyería exótica, debido a que se implementan de forma general, si bien es cierto muchos de estos requisitos se deben aplicar para todos los sectores y se deben desarrollar diferentes pausas que identifiquen la necesidad real existente.

Los artesanos reflejan que deben de utilizar intermediarios para poder obtener la materia prima tanto en metales preciosos como semipreciosos, así mismo los accesorios que se utilizan para la fabricación de joyería, debido a que Costa Rica no es un país donde se explote la minería, esto hace que el costo se aumente y se haga difícil compartir con otros países, en muchas ocasiones para poder competir con los precios y sostenerse en el mercado se tiene que realizar contrabando,

generando un rompimiento del encadenamiento de exportación establecido por las políticas legales y socio-culturales. Esto genera un estrés porque no logran comprobar con documentos confiable la trazabilidad y origen de esta materia prima y solo pueden vender de forma local.

Cabe decir que, aunque esté establecida la oportunidad de destacar a nivel internacional para el sector en joyería es muy escasa, los canales de comercialización internacional son muy complejos, y exigen normas y estándares de calidad para la mercancía, en efecto que el artesano desconoce en su mayoría estas limitaciones y restricciones existentes, de manera que al desconocer estas normas rechazadas para la comercialización.

Al existir estos errores en las negociaciones también se genera dudas de como constituir una empresa exportadora, debido a esto que se piensa que hay muchos obstáculos y cada vez se haga más cerrada y limite el impulso de realizar una actividad comercial de forma intencional, limitando las capacidades y esfuerzos de obtener alianzas confiables que logren destacar al máximo las cualidades y talentos que existen en el país, considerándose que se desperdician las oportunidad de inversión extranjeras y reconocimiento de la marca país en el sector de joyería a nivel.

Cabe decir que, aunque existe una lucha constante para lograr crear un mayor crecimiento del sector en joyería, este esfuerzo es considerado por los artesanos como ineficiente, porque se considera que las teorías aplicada para la cadena de exportación de joyería que implica la importación de materia prima, elaboración y la exportación como producto terminado en joyería exótica o contemporánea este no se implementa de la forma correcta.

En otras palabras, se debería de crear una mayor participación y unificación de las instituciones que intervienen en la colaboración de procesos de exportaciones destacando, los diferentes perfiles empresariales, promoviéndose el éxito de obtención de materia prima y orientar a diferentes posibilidades con aranceles favorables y genera mayor venta y atendiendo las recomendaciones realizadas en libro Blanco para una política de Clúster en Costa Rica (2018)

Antes la limitación participación las autoridades de COMEX y PROCOMER deben de acercarse a las organizaciones empresariales del país (Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado [UCCAEP], Cámara de Industria de Costa Rica [CICR], Cámara de Exportadores de Costa Rica [CADEXCO], La Cámara de Tecnologías de

Información y Comunicación [CAMTIC], etc.) y solicitar su colaboración para identificar a las empresas pertenecientes a las actividades con mayor potencial.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## Conclusiones de la investigación

En esta investigación se determinó que los factores económicos, políticos y sociales son los que influyen directamente en el encadenamiento de materia prima para la exportación de joyería exótica.

Se determinó que la participación de los artesanos costarricense en la realización de joyería exótica en el extranjero es muy escasa, debido a que no hay una cultura exportadora en Costa Rica, que pueda satisfacer la demanda.

Se revela una falta de carencia en materia prima y de procesos de producción, por la simple razón de que las joyas se realizan de forma artesanal y con poca tecnología para su elaboración.

Durante la elaboración de esta investigación, se concluye que aunque los artesanos dedicados a la elaboración de joyería exótica, en su mayoría no se acercan, a retomar información por temor a que los requisitos sean muy extensos o no tengan forma de como demostrar la obtención de materia prima.

Se deduce, aunque se tengan establecidos los mercados metas por alcanzar, estos están muy lejos de poder lograrse, a menos que exista una estructuración del gremio joyero, ya que se encuentra muy disperso y esto dificulta saber cuánta es la población en Costa Rica que se dedica a esta actividad, de no existir esta unión local esto no se puede lograr de forma internacional, aunque se reconozca al país.

Se observa claramente que no se llevan a cabo los alcances planteados de atracción de inversiones, en el beneficio económico, y social con la estabilidad económica al generar una nueva oportunidad de empleo.

Se concluye que los programas de transformación productiva que reencuentran las políticas tradicionales aún no tiene un énfasis de mejorar las capacidades innovadoras de las empresas domésticas dedicadas a la comercialización de joyería.

Se concluye, además, que, aunque existan diferentes aranceles para la importación de materia prima en metales preciosos y piedras preciosas, no existen regulaciones estrictas de su procedimiento, y mucho menos certificaciones de su procedencia.

Se determinó que la destreza empresarial y tecnológica, afectan la productividad para el proceso de importación de materia prima, y que afecta la producción de joyas, tanto en metales preciosos como semipreciosos, esto genera que no se cumplan los estándares de calidad que exigen muchos mercados internacionales y como consecuencia de esto las oportunidades a la innovación es muy escasa.

### **Recomendaciones de la investigación**

Se recomienda al sector artesanal en joyería exótica que consideren las opciones que tienen las diferentes entidades del gobierno dedicadas a las importaciones y exportaciones, debido a que conforme se vayan analizando las diferentes necesidades de este sector para un mayor fortalecimiento.

Se recomienda al Ministerio de Cultura abrir más espacios para la promoción de la joyería en diferentes ferias para el desarrollo de la economía y en lugares estratégicos que puedan ser atractivos para la inversión extranjera.

Se recomienda a PROCOMER llevar una estadística de este sector según su actividad comercial, solicitando la colaboración de la INEC para poder determinar cuánta es la población existente y cuántas oportunidades de trabajo se están generando.

Se recomienda al MEIC que además de los sellos de estándares de calidad, se logren crear sellos de calidad que distingan al artesano local de forma internacional, debido a que estos sellos generan una mayor confianza al consumidor.

Se recomienda a PROCOMER fortalecer la capacidad exportadora de las empresas domésticas, así como una mayor integración productiva con otras empresas locales.

Se les recomienda a las empresas exportadoras costarricenses en joyería utilizar certificaciones debido a que tienen una mayor probabilidad de encadenarse con empresas multinacionales que operan en el país, así como de exportar directamente.

## Referencias

- Acuerdo relativo a la aplicación del artículo VII del acuerdo genreal sobre arenceles aduaneros y comercio 1994 (2004). Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/docs\\_s/legal\\_s/20-val.doc](https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/20-val.doc)
- Aduana, C. y. (2012). *Guía para Exportar 3. Estrategias para Exportación*. Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/estrategias-exportacion/>
- Alzate, O. M. (2016). *Incoterms, Contrato de Seguro y Compraventa Internacional de Mercadería: Propiedad, riesgo e interes asegurable*. Universidad de Santo Tomás. Bogotá: Printed in Colombia Universidad Santo Tomas. doi:ISBN: 978-958-631-859-4
- América, R. (2016). Las Cadenas Productivas: concepto, elementos y barreras. Obtenido de [edeamerica.org/Noticia-detalle/ArtMID/2470/ArticleID/1064/Las-Cadenas-Productivas-concepto-elementos-y-barreras](http://edeamerica.org/Noticia-detalle/ArtMID/2470/ArticleID/1064/Las-Cadenas-Productivas-concepto-elementos-y-barreras)
- Arcángel, G. (2011). Catálogo piedras semi preciosas. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/51297721/catalogo-piedras-semi-preciosas>
- Arroyo, R. S. (2016). *Estudio de Mercado- Costa Rica Sector de Joyería y Bisutería*. Proexport Colombia Y +Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN) , Costa Rica. Obtenido de <https://docplayer.es/13817325-Sector-de-joyeria-y-bisuteria.html>
- Avilés, R. M. (2017). *Teoría de la base de Exportacion ( Douglas C. North)*. Obtenido de [http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020119511/1020119511\\_003.pdf](http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020119511/1020119511_003.pdf)
- Azteca, C. (04 de Octubre de 2017). *Cultura Azteca*. Obtenido de Arte Azteca: <https://cultura-azteca.com/joyeria/>
- Barbosa, D y Hurtado A. (2014). *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia*. Colombia. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>
- Barragán, D. G. (2017). *Plan de Negocio de Joyeria Personalizada, elaborada a mano sostenible* . Obtenido de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21464/63132600\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21464/63132600_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Basto, A. C. (2015). *Encadenamientos Productivos: La Guía Práctica*. Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA Administración de Empresas, Bogota. Obtenido de <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1357/TG01007.pdf?%20sequence=1&isAllowed=y>
- Bembibre, C. (2009). *Definición de joyas*. Definición ABC . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/joyeria.php>
- Bermúdez, M. (11 de mayo de 2018). Tendencia en Joyería. *Fewerly Cool Trend*, 1. Recuperado el 08 de junio de 2019, de <https://www.jewelrycooltrend.com/que-es-joyeria-contemporanea/>

- Bermúdez, M. (2019). *Significado de las Joyas y tipos de joyas*. FewerlryCool Trend. Obtenido de <https://www.jewelrycooltrend.com/significado-de-joyas/>
- Cámara de Comercio de Costa Rica. (2013). *Canales de Distribución*. Obtenido de [amara-comercio.com/camara2/wp-content/uploads/2015/11/50\\_canalesdedistribucinencostaricavers.final\\_.pdf](http://amara-comercio.com/camara2/wp-content/uploads/2015/11/50_canalesdedistribucinencostaricavers.final_.pdf)
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2005-2006). *Teoría de la Intenacionalizacion*. (3°, Ed.) Bogotá: Global Business Today. Mexico: Mc Grw Hill. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2004). *Teoría de la Internacionalización* (3° Edición ed.). (C. W., Ed.) Mexico: Global Bisness Today. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>
- Caribe, C. E. (1998). Teorías del Encadenamiento. *Repositorio Digital*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12159/066105125\\_es.pdf.txt](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12159/066105125_es.pdf.txt).
- Cascante G., Navarro, M., & Perez N. (Mayo de 2015). *El e- bussinees como herramienta para el fortalecimiento y la internacionalizacion de las mipymes costarricenses propuesta de una estrategia para el sectro Neo Artesanal*. Tesis, Universidad de Costa Rica, Admistración Pública, San José. Obtenido de <epositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/3017/1/38792.pdf>
- Caymans . (26 de Agosto de 2018). *Caymans SEO*. Obtenido de <https://caymansseo.com/agentes-economicos-que-cuales-son-e-importancia>
- Chraki, F. B. (junio de enero de 2016). Análisis input-output de encadenamiento productivos sectores claves en la economía mexicana . *Finaz polit. econ, N°*. doi:<http://dx.doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2016.8.14>
- Código de Minería n°6797 (4 de Octubre de 1982). Obtenido de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48839&nValor3=96900&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48839&nValor3=96900&strTipM=TC)
- Colcha M. P. (22 de Noviembre de 2012). Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de artesanías en el Mercado Artesanal Quito's de la Asociación de Artesanos COMCUMA para la exportación a la Unión Europea. Quito. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/5323>
- Comercio, Organización Mundial de Comercio (OMC). (2001). *Examen de las politicas Comerciales Costa Rica*. OMC, Costa Rica. Obtenido de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Examen%20de%20la%20Politica%20Comercial%20de%20Costa%20Rica.pdf>
- Cultural, G. (03 de junio de 2018). *Globalizacion* . Obtenido de <https://www.significados.com/globalizacion/>

Decreto N°28976 (12 de Octubre de 2000).

Decreto Ejecutivo No. 34475 (4 de abril de 2008). Obtenido de [https://www.hacienda.go.cr/docs/536942385f328\\_Reglamento%20a%20la%20Ley%20General%20de%20Aduanas.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/536942385f328_Reglamento%20a%20la%20Ley%20General%20de%20Aduanas.pdf)

Economista M, S. (2014). *Un Análisis Empírico de los determinantes especialización productiva y comercial de Euskadi*. Universidad de Lanaster, Escuela de Administración Marítima del Gobierno Vasco, Vasco. Obtenido de file:///C:/Users/User/Desktop/Dialnet-UnAnalisisEmpiricoDeLosDeterminantesDeLaEspecializ-273494.pdf

Edgar Tica. (2 de Octubre de 2017). Los metales preciosos y no preciosos en la joyería. Obtenido de <https://edgartica.com/blog/los-metales-preciosos-y-no-preciosos/>

Elfid Torres. (Abril de 2014). Encadenamientos Productivos, la apuesta para el crecimiento empresarial. Obtenido de [https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/encadenamientos\\_productivos.pdf](https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/encadenamientos_productivos.pdf)

Encadenamientos productivos sostenibles fortalecen el sector de mipymes en Costa Rica. (21 de Mayo de 2018). *Revista Summa*. Obtenido de <https://revistasumma.com/encadenamientos-productivos-sostenibles-fortalecen-el-sector-de-mipymes-en-costa-rica/>

Fanjul, E. (2017). Qué es la internacionalización.

Felix. (11 de Septiembre de 2015). Teoría ecléctica de Jonh Dunning. México, Puebla. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lec/felix\\_m\\_a/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lec/felix_m_a/capitulo2.pdf)

Flores, N. (2009). Desarrollo de los Cluster minero en el Perú. Peri . Obtenido de [http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/10410/1/najar\\_ff.pdf](http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/10410/1/najar_ff.pdf)

G., O. M. (2013). *Internacionalización, Inversión Directa*. Universidad del Pacifico, Perú. Obtenido de [http://www.cieplan.org/media/actividades/archivos/36/Internacionalizacion,\\_Inversion\\_Directa\\_Extranjera\\_y\\_las\\_Multilaterales:\\_El\\_Caso\\_del\\_Peru.pdf](http://www.cieplan.org/media/actividades/archivos/36/Internacionalizacion,_Inversion_Directa_Extranjera_y_las_Multilaterales:_El_Caso_del_Peru.pdf)

Galindo, M., & Rios , V. (2015). *Exportaciones* (Vol. 1). D.F México: México ¿cómo vamos? Obtenido de [http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507\\_mexicoexports.pdf?m=1453513184](http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184)

Gedesco. (3 de Septiembre de 2016). Exportar: tipos de exportaciones y funcionamiento. Obtenido de <https://www.gedesco.es/blog/tipos-exportaciones/>

General p. (s.f). Definición de piedra preciosas. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/piedra-preciosa/>

Gil, J. (2015). *Internacionalización de una empresa*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicada, Administración de Negocios Internacionales, Perú. Obtenido de <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/que-es-la-internacionalizacion-de-una-empresa/>

Gonzáles, M. (19 de Junio de 2018). Joyas ticas a la conquista del mundo. Obtenido de <https://www.larepublica.net/noticia/joyas-ticas-a-la-conquista-del-mundo>

- González, J. M. (5 de febrero de 2018). La importancia del comercio internacional: Una breve referencia descriptiva. *Centro Iberoamericano de estudios Internacionales*. Obtenido de <https://www.fundacioncibe.org/la-importancia-del-comercio-internacional-una-breve-referencia-descriptiva/>
- González, R. M. (2018). *Libro Blanco para una política de cluster en Costa Rica promoviendo la innovación y la productividad a través de una mayor articulación productiva* (Vols. IDB-TN-1474). Costa Rica: Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo . Obtenido de [europe.euroscg.com/doi/10.1017/9781107327254\\_124](https://europe.euroscg.com/doi/10.1017/9781107327254_124)  
[https://europe.euroscg.com/doi/10.1017/9781107327254\\_124](https://europe.euroscg.com/doi/10.1017/9781107327254_124) Libro Blanco para una Política de Clusters en Costa Rica Promoviendo la innovación y la productividad a través de una mayor articulación productiva/links/5b84831492851c1e1236c75c/Libro
- Guzmán, O. (s.f.). *Planificación Estratégica*. Universidad Yacambú, Vicerrectoría de Estudios Virtuales. Hosted by [www.Geocities.ws](http://www.geocities.ws). Obtenido de <http://www.geocities.ws/oscarguzmanh2/trabajos/planificacion/trabajo0plan.html>
- Hacienda, M. d. (s.f.). *Sistema TICA- Version 2.5*. Ministerio de Hacienda , Costa Rica . Obtenido de <https://www.hacienda.go.cr/tica/web/hdbaranc.aspx>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Callado, C., & Bautista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación sexta edición*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. doi:ISBN: 978-1-4562-2396-0
- Hurtado, J. (2011). *Los Proyectos y planes de negociación*. Universidad Católica, Bolivia, San Pablo. doi:SSN 1994-3733
- Hurtado, J. M. (2011). *Perpectivas/ Los proyectos y los plans de negocios*. Universidad Católica Bolivia San Pablo, Bolivia, Cochabamba, Bolivia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf>
- Instituto Nacional de Economía y Censo de Costa Rica (INEC). (2019). *Comportamiento de las importaciones para la joyería*. INEC, Comercio Exterior, Costa Rica. Obtenido de [http://sistemas.inec.cr/SICCE\\_Hacienda/SICCE\\_Hacienda/Reportes](http://sistemas.inec.cr/SICCE_Hacienda/SICCE_Hacienda/Reportes)
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (Inec). (s.f.). Costa Rica. Obtenido de [http://sistemas.inec.cr/SICCE\\_Hacienda/SICCE\\_Hacienda/Reportes](http://sistemas.inec.cr/SICCE_Hacienda/SICCE_Hacienda/Reportes)
- Guillermo (s.f.). *Cadena Productiva. Enfoque y precisiones conceptuales*. Colombia. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/1602-Texto%20de%20art%C3%ADculo-5477-1-10-20101012.pdf>
- Jara, J. P. (2016). *Innovación e Internacionalización exportadora de las Pymes industriales Catalana, el Papler de las orientaciones estrategiva*. Balletarra. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/402222/jpj1de1.pdf?sequence=1>
- Jiménez, K. C. (28 de septiembre de 2017). Simulador de negocios expone dificultades de pymes al exportar. Obtenido de <https://www.nacion.com/economia/negocios/simulador-de-negocios-expone-dificultades-de-pymes-al-exportar/R2VDABEW3NGGJBPE5W74I7KK6Q/story/>

- John, D., Lee, R., & Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales Ambiente y Operaciones* (14 ed.). Pearson. doi: 9786073221603
- Kann, G. (2015). <http://hdl.handle.net/10230/24988>.
- Kastelyn, L. (2016). *Los nuevos retos de la relación con cliente en el sector de la joyería*. Francea. Obtenido de <https://www.iadvize.com/blog/es/libro-blanco-nuevos-retos-relacion-cliente-joyeria/>
- Kiziryan, M. (s.f.). *Importación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- La selva Salvaje. (11 de Noviembre de 2010). Costa Rica celebra la prohibición de la minería a cielo abierto. San José, Costa Rica. Obtenido de <https://www.salvalaselva.org/exitos/3196/costa-rica-prohibe-la-mineria-de-oro-a-cielo-abierto>
- Lambing, P., & Kuehl, C. (2016). *Empresarios, pequeños y medianos*. (A. D. Quiñones, Trad.) Florida. doi:ISBN 970-0137-2
- Leandro, A. (2009). Proceso de internacionalización. *TEC Empresarial, Vol.3, Ed.3*. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Desktop/Dialnet-ElProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf>
- Legis Comex.com. (2010). *Joyería en la Union Europea ( UE)/ Inteligencia de mercados*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/bancomedios/documentos%20pdf/estudio-joyas-ue.pdf>
- Leiva, J. (2017). El encadenamiento. *Repositorio de la Cepal, 123*. Obtenido de Recuperado de: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42696/1/RVE123\\_Leiva.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42696/1/RVE123_Leiva.pdf)
- M, G. (s.f). *Conceptuación*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/materia-prima/>
- Meic. (s.f.). *Pymes Costa Rica, ventana unica Pyme*. Obtenido de <https://www.pyme.go.cr/pymecr2.php?id=3>
- Méndez, A. L. (13 de mayo de 2017). Joyería Exótica: las Joyas más hermosas y raras. *Punto Corche, 1*. Obtenido de <https://www.puntocrochet.com/joyeria-exotica/>
- Méndez. (2014). La alianza del pacífico, Una nueva era para América Latina. Obtenido de <http://pacificallianceblog.com/wp-content/uploads/2018/01/2014-Pwc-La-Alianza-Pacifico-Una-Nueva-Era-para-Ame%CC%81rica-Latina.pdf>
- Mendoza, M. A. (2012). *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo*. Obtenido de <https://metodologiaecs.wordpress.com/2012/05/20/analisis-de-contenido-cualitativo-y-cuantitativo/>
- Ministerio de Economía. (2013). *Estado de Situación de la las PYMES en Costa Roca*. Meic, San José. Obtenido de <https://www.pyme.go.cr/media/archivo/noticias/pcp-37-13.pdf>
- Ministerio de Hacienda. (2016). *Descripción de Tributos en Sede Aduanera*. División de Incentivos Fiscales, Costa Rica. Obtenido de [https://www.hacienda.go.cr/docs/56ead322f3a69\\_descriptribs%2022%2002%202016.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/56ead322f3a69_descriptribs%2022%2002%202016.pdf)

- Mondragon, V. (2016). La Guía Aérea: Definición y funciones. *Diario el Exportador*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/11/la-guia-aerea-definicion-y-funciones.html>
- Monge. (2012). *Inserción de Costa Rica en la Economía Mundial, los primeros 20 años en el sistema Multilateral de Comercio*. Costa Rica, San Jose . Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Ricardo\\_Monge-Gonzalez3/publication/323831919\\_Insercion\\_de\\_Costa\\_Rica\\_en\\_la\\_Economia\\_Mundial\\_Los\\_primeros\\_20\\_anos\\_en\\_el\\_Sistema\\_Multilateral\\_de\\_Comercio/links/5aad4af9458515e7ce7ceef/Insercion-de-Costa-Rica-en-la-Econ](https://www.researchgate.net/profile/Ricardo_Monge-Gonzalez3/publication/323831919_Insercion_de_Costa_Rica_en_la_Economia_Mundial_Los_primeros_20_anos_en_el_Sistema_Multilateral_de_Comercio/links/5aad4af9458515e7ce7ceef/Insercion-de-Costa-Rica-en-la-Econ)
- Núñez, P. (15 de Noviembre de 2017). *Enciclopedia Temática*. Obtenido de know.net: <http://know.net/es/cieeconcom/gestion/teoria-la-internalizacion/>
- Organización Mundial de Comercio (OMC). (9 de Abril de 2001). *Examen de las políticas comerciales*. Gobierno de Costa Rica, Órgano de Examen de las Políticas Comerciales, Costa Rica. Obtenido de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Examen%20de%20la%20Politica%20Comercial%20de%20Costa%20Rica.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2014). *EXAMEN DE LA POLÍTICA COMERCIAL*. Costa Rica. Obtenido de [https://docsonline.wto.org/dol2fe/Pages/FE\\_Search/FE\\_S\\_S009-DP.aspx?language=E&CatalogueIdList=255860,121057,118574,76621,11970,60053,14066,11930,18485&CurrentCatalogueIdIndex=1&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=Tru](https://docsonline.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=E&CatalogueIdList=255860,121057,118574,76621,11970,60053,14066,11930,18485&CurrentCatalogueIdIndex=1&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=Tru)
- Ossa, M. A. (2016). *INCOTERMS, Contrato de seguro y compraventa intencional, propiedad, riesgo e interés asegurable*. Universidad de Santo Tomas. Bogotá: Universidad Santo ROMAS 2016. Obtenido de [http://www.ustamed.edu.co/images/pdfs/investigacion/libros/Icoterms\\_17FEB.pdf](http://www.ustamed.edu.co/images/pdfs/investigacion/libros/Icoterms_17FEB.pdf)
- Ovelle, A. (2004). Clasificaciones estadísticas internacionales incomporadas en el banco de datos del comercio exterior de América Latina de la Cepal ( revisión 2). Santiago Chile: Copyright. Obtenido de [repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4308/S2003030\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4308/S2003030_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pacífico, A. d. (Octubre de 2014). La alianza del pacífico y una nueva era para América Latina. México.
- Perdomo, A. (2 de noviembre de 2017). Joyería Contemporánea como arte. *Joyas Energy*. Obtenido de <https://www.joya.life/blog/la-joyeria-contemporanea-como-arte/>
- Presidencia de la República. (2019). Manual para Personas Emprendedoras: el ABC para emprender en Costa Rica. Costa Rica. Obtenido de Manual para Personas Emprendedoras: el ABC para emprender en Costa Rica
- Procomer. (2016). *Logística de exportación hacia los mercados de los Ángeles y San Francisco* . Costa Rica.
- Procomer. (2017). *Estadístico de Comercio Exterior* . Costa Rica.

- Procomer. (26 de febrero de 2018). Obtenido de <https://procomer.com/es/alertas-comerciales/consultora-de-moda-wgsn-actualiza-las-tendencias-en-joyeria>
- Procomer. (s.f). Encadenamiento. *Soy Exportador*. Obtenido de <https://www.procomer.com/es/encadenamientos-exportacion>
- Procomer, Centro de Asesoría para el. (2016). *Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. Centro de Asesoría para el*. Dirección de Inteligencia Comercial, Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX), Costa Rica. doi:ISBN: 978-9968-803-40-3
- Red de Blogs web finacial group*. (s.f.). Obtenido de Bolsamania Finaciera Red: <http://www.finanzas.com/concepto-de-globalizacion>
- Representantes de Casas Extranjeras (30 de abril de 1964). Obtenido de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_articulo.aspx?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=105748&nValor5=34494](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_articulo.aspx?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=105748&nValor5=34494)
- Rino, A. (s.f). *El uso de los Incoterms como herramienta comercial*. ESNI Business School. Obtenido de <http://www.incoterms-2010.es/articulos/el-uso-de-los-incoterms-como-herramienta-comercial>
- Riquelme, M. (2019). La Cadena de valor de Michael Porter. En *Planificación Estratégica*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Rodriguez, J. L. (2004). *Análisis de la actividad expotadora de la empresa: una aproximación desde la teoría de recurso y capacidades*. Universidad de Acuña, Análisis económico y administración de empresas, Coruña. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/61896819.pdf>
- Rojas ,Caqui y Zaquirre Ruiz, M. A. (2018). *Análisis de Modelos de Internacionalización desde la perspectiva de proceso en una MYPE de Gamarra*. Universidad César Vallejo, Tesis de Administración de Negocios y Relaciones Internacionales, Perú. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13957/Rojas\\_CAJ\\_Yzaguirre\\_RMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13957/Rojas_CAJ_Yzaguirre_RMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rojas, R. A. (2001). *Cuestionario*. Obtenido de <https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm#targetText=El%20Cuestionario%20es%20un%20instrumento,la%20investigaci%C3%B3n%20de%20car%C3%A1cter%20cualitativa>.
- Sánchez, D. (2015). Modelo de Branding y comercialización de joyas artesanales basado en técnicas de Neuromarketing, enfocado a mujeres de 20 a 30 años de edad en la ciudad de Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9017>
- Sandoval, G. (3 de Abril de 2019). Análisis en el encademaniento de materia prima para la exportación de joyería exótica desde Costa Rica. (D. B. a, Entrevistador) Escazú, San José, Costa Rica.
- Sandoval, G. (27 de Abril de 2019). Proceso de encademaniento para la exportación de Joyería Exótica. (D. Barberena, Entrevistador) Escazú, San José, Costa Rica.

- Sistema Arancelario Centro Americano (S.A.C). (2016). *Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía*. Ministros de Integración Económica Centroamericana. Obtenido de [www.comex.go.cr/media/3703/capitulos-1-al-30-4a-enm.pdf](http://www.comex.go.cr/media/3703/capitulos-1-al-30-4a-enm.pdf)
- Sistema Arancelario Centro Americano (Sac). (s.f.). Obtenido de <http://www.comex.go.cr/media/3703/capitulos-1-al-30-4a-enm.pdf>
- Taylor, A. (2016). CLASIFICACIÓN DE LAS PERLAS. CALIDADES. Obtenido de <http://www.operla.com/clasificacion.htm>
- Tellez (2014). *PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA EXPORTADORA*. Obtenido de Preceden: [receden.com/timelines/168139-pasos-para-crear-una-empresa-exportadora](http://receden.com/timelines/168139-pasos-para-crear-una-empresa-exportadora)
- Tsegaamlak, A. K. (24 de Abril de 2014). *Fundamentos teóricos de la dirección estratégica*. Universidad de Matanzas, Cuba. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-teoricos-de-la-direccion-estrategica/>
- Universidad. Nacional Autónoma de México (UNAM). (2010). Introducción al Comercio Internacional . En <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2951/4.pdf>.
- Urmeneta, R. (2016). Dinámica de las empresas exportadoras en América Latina. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40296/1/S1600377\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40296/1/S1600377_es.pdf)
- Villarán, K. W. (2009). *Plan de Negocios, Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú. Obtenido de [https://www.academia.edu/11645589/PLAN\\_DE\\_NEGOCIOS\\_Herramienta\\_para\\_evaluar\\_la\\_viability\\_de\\_un\\_negocio](https://www.academia.edu/11645589/PLAN_DE_NEGOCIOS_Herramienta_para_evaluar_la_viability_de_un_negocio)
- Wichs, S. (2016). *Joyería Artesanal*. (T. H. Blume, Ed., & A. C. Herce, Trad.) Madrid, España.

## **Apéndice de la investigación**

### **Cuestionario de la investigación para tesina**

**Estudiante: Dilenia Barberena Loaisiga**

1. Reconoce cuáles son los requisitos para la exportación de joyería exótica o contemporánea.
2. ¿Utiliza algún intermediario en Costa Rica para comprar la materia prima o importa directamente?
3. ¿Cuáles de los metales preciosos más accesibles de conseguir en Costa Rica?
4. ¿Conoce usted sobre las restricciones en las importaciones de metales preciosos para Costa Rica?
5. ¿Sabe cómo se constituye una empresa exportadora?
6. ¿Reconoce los canales de distribución para comercialización joyería?
7. ¿Conoce usted cuáles son las instituciones que colaboran en el proceso de exportación y los tramites respectivos a realizar?
8. ¿Considera que el comercio de joyería exótica es un factor importante para la economía en Costa Rica?
9. ¿Cuáles son las necesidades o limitante que tiene como artesano para poder expandir su producto a nuevos mercados?
10. ¿Qué factores cree usted que son determinantes para que la joyería exótica costarricense, tenga una mayor participación internacional?

