

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**VICERECTORÍA ACADÉMICA**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL CON  
ÉNFASIS EN GESTIÓN ADUANERA**

**ANÁLISIS DE LA TENDENCIA EN LAS IMPORTACIONES  
TIPO OUTLET PARA EL MERCADO COSTARRICENSE  
DESDE EL 2020 AL 2023 EN EL CANTÓN DE MONTES DE  
OCA.**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
LICENCIATURA EN GESTIÓN ADUANERA**

**AUTOR:**

**SOFIA KATALINA MORA MORA**

**TUTOR: MARILYN ESQUIVEL HIDALGO**

**SAN JOSÉ, NOVIEMBRE 2024**

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	9
CAPÍTULO I: PROBLEMA .....	10
Justificación .....	12
Objetivos .....	13
Objetivo General .....	13
Objetivos específicos.....	14
Antecedentes .....	15
Tesis Internacionales.....	15
Tesis Nacionales .....	24
Proyecciones .....	35
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	36
Tendencia .....	36
Tendencia en producción.....	37
Producción para Outlets.....	38
Tendencia en distribución comercial .....	38
Cadena de Distribución Long Tail .....	39
Minorista .....	39
Tendencias logísticas.....	40
Tendencia en consumo .....	41
E-commerce .....	41
Consciencia y preocupación de gastos.....	42
Tiendas <i>Outlet</i> .....	43
Origen de los <i>outlets</i> .....	44
Tipos de <i>outlets</i> .....	45
<i>Outlets</i> de fabricantes .....	45
<i>Outlets</i> Independientes.....	45
<i>Outlets Online</i> .....	46
Productos .....	46

Tipos de productos de importación tipo <i>outlet</i> .....	46
Tiendas tipo <i>outlet</i> en el cantón de Montes de Oca .....	47
Ventajas de los <i>outlets</i> .....	47
Variedad sin Límites .....	48
Calidad Garantizada .....	48
Experiencia de compra excepcional .....	48
Ventaja competitiva .....	48
Consumo minorista .....	50
Licencia Social.....	51
Desventajas de los <i>outlets</i> .....	52
Competencia desleal .....	52
Evasión fiscal .....	54
Subfacturación .....	56
Deficiencia en el control aduanero .....	56
Procedimientos .....	58
Control aduanero .....	58
Tipo de controles aduaneros.....	59
Mecanismos para la aplicación de los controles aduaneros.....	60
Regímenes del control aduanero .....	60
Clasificación arancelaria.....	61
Valor aduanero de mercancías .....	62
Declaración del valor aduanero .....	62
Tratados comerciales .....	63
Importaciones .....	63
Registro como importador .....	64
Importaciones definitivas.....	64
Agente de aduanero.....	65
Documentos de importación.....	65
Declaración Única Aduanera .....	66
Factura comercial .....	67
Lista de empaque .....	67

Conocimiento de embarque.....	68
Certificado de origen.....	68
Notas Técnicas.....	68
Certificado sanitario o fitosanitario. ....	69
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>69</b>
Enfoque .....	69
Cualitativo .....	69
Diseño.....	71
Investigación Acción.....	71
Población y Muestra.....	71
Población.....	71
Muestra .....	72
Tabla 1. Muestra de la investigación.....	73
Unidades de Análisis .....	73
Instrumentos.....	75
Cuestionario .....	75
Entrevistas.....	76
Proceso de recolección de datos.....	76
Fuentes de Información .....	77
Fuente Primaria.....	77
Fuente Secundaria.....	77
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>78</b>
Unidad de análisis 1: Tendencia.....	79
Categoría 1: Costos.....	79
Descripción .....	79
Análisis.....	80
Categoría 2: Consumidor.....	81
Descripción .....	81
Análisis.....	82
Categoría 3: Calidad .....	83
Descripción.....	83

Análisis.....	84
Categoría 4: Reventa .....	84
Descripción.....	84
Análisis.....	85
Unidad de análisis 2: Ventajas y desventajas.....	86
Categoría 1: Empleo .....	86
Descripción.....	86
Análisis.....	87
Categoría 2: Dinamismo económico .....	88
Descripción.....	88
Análisis.....	88
Categoría 3: Competencia desleal.....	89
Descripción.....	89
Análisis.....	90
Categoría 4: Defraudación Fiscal.....	91
Descripción.....	91
Análisis.....	92
Categoría 6: Control .....	93
Descripción.....	93
Análisis.....	94
Categoría 7: Contaminación.....	95
Descripción.....	95
Análisis.....	96
Unidad de análisis 3: Procedimiento.....	97
Categoría 1: Permisos.....	97
Descripción.....	97
Análisis.....	98
Categoría 2: Factura .....	99
Descripción.....	99
Análisis.....	99
Categoría 3: Reglamento.....	100

Descripción .....	100
Análisis.....	101
Categoría 4: Clasificación arancelaria .....	101
Descripción .....	101
Análisis.....	102
Interpretación de los Datos.....	103
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	104
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	112
Objetivo General .....	112
Justificación .....	112
Propuesta .....	113
Diseño de la plataforma digital. ....	113
Factibilidad .....	117
Evaluación de Resultados.....	118
Sitio WEB .....	118
Diseño dispositivo móvil.....	119
Referencias.....	120
Apéndice.....	138
Cuestionario .....	138

**CONTENIDO DE TABLAS**

Tabla 1. Muestra de la investigación	69
Tabla 2. Cuadro de unidades	70
Tabla 3. Unidades y categorías de análisis	75
Tabla 4. Cronograma	114

## CONTENIDO DE IMAGENES

<b>Ilustración 1</b> Outlets con incumplimiento	10
<b>Ilustración 2</b> Principales problemas en el área de infraestructura	53
<b>Ilustración 3.</b> Portada	110
<b>Ilustración 4.</b> Manual	111
<b>Ilustración 5.</b> Guía	112
<b>Ilustración 6.</b> Actualizaciones	113
<b>Ilustración 7.</b> Información adicional	113
<b>Ilustración 8.</b> Diseño móvil	116

## RESUMEN EJECUTIVO

Con la presente investigación se pretende estudiar el mercado de las importaciones tipo outlet, que surgen, a partir de la necesidad de empresas dedicadas a la venta de productos como electrodomésticos, muebles o ropa y que debido a excedentes, devoluciones o temporadas pasadas no lograron ser vendidos, por ende, son importadas al país y colocadas en el mercado mediante las tiendas tipo outlet.

Este estudio fue ejecutado bajo un enfoque de carácter cualitativo, lo cual dio pie a la utilización del cuestionario y la entrevista como instrumentos para obtener información; se recopilaron percepciones y experiencias de personas expertas en el ámbito aduanero, así como personal que tiene relación estrecha con la reglamentación, los protocolos y los procesos de importación necesarios para ingresar estos artículos al país.

Por lo anterior, a través de los resultados obtenidos, se determinaron tres unidades de análisis, la primera refiriéndose a las tendencias que poseen las importaciones tipo outlet en el mercado costarricense, la segunda relacionada con las ventajas y desventajas de estas importaciones para el país, y la tercera estudia los procedimientos para la importación de productos tipo outlet.

Como resultado, la conclusión más relevante que alcanza esta investigación gira en torno a que se proporciona información valiosa que puede llegar a ayudar a las empresas, los formuladores de políticas e instituciones públicas a tomar decisiones informadas y a desarrollar estrategias que maximicen los beneficios económicos mientras se mitigan los efectos negativos de las importaciones de productos tipo outlet para el mercado costarricense.

## CAPÍTULO I: PROBLEMA

En Costa Rica, actualmente, se ha incrementado las importaciones tipo *outlet*, según la Dirección General de Aduanas se contabiliza una cantidad de 185 importadores con una cantidad aproximada de 800 tiendas dedicadas a esta actividad comercial, las cuales son bienes ofrecidos a precios reducidos, producto de excedentes de inventario, modelos de temporadas pasadas o productos con ligeros defectos. De manera que este mercado ha despertado el interés tanto de consumidores como de comerciantes en el país.

Cabe mencionar que el incremento de las importaciones tipo *outlet* posee positivos y negativos para el mercado costarricense, ya que, los precios y productos pueden ser atractivos entre los consumidores; sin embargo, se venden sin las respectivas garantías y pocos cumplen con las políticas de devolución cuando hay defectos. El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) ha realizado estudios al respecto.

Dentro de los principales hallazgos de la inspección, el MEIC encontró que los 15 negocios fiscalizados incumplen con algún aspecto de la información requerida en la constancia de garantía, y 13 de ellos no cumplen con el plazo mínimo legal de 30 días hábiles para extender este derecho (Durán, 2024, párr. 3).

Entre los productos que se comercializan en este tipo de negocia se encuentran cosméticos, suplementos alimenticios y productos de cuidado personal que requieren de registro sanitario. No obstante, en algunos de los *outlets* en Costa Rica no se cumplen con las regulaciones establecidas por el Ministerio de Salud.

El Ministerio de Salud (2024) informa que:

En tiendas tipo “outlets” realizada por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), se encontraron incumplimientos a las disposiciones de protección al consumidor y a la reglamentación técnica en juguetes, calzado y textiles. Esta fiscalización se realizó del 6 al 8 de mayo en los siguientes 18 comercios (párr.2)

**Ilustración 1.** *Outlets* con incumplimiento

N°	Nombre Comercial	Razón Social	Ubicación
1	Mega Outlet	Mega Outlet SRL	Cartago
2	Todo Outlet	Jamc Niagara Limitada	Cartago
3	Falcon	Falcon Outlet Rjda, S.A	Cartago
4	King Outlet	3102871900, S.R.L	Curridabat
5	Expo Outlet	Chajino, S.R.L	Montes de Oca
6	Promo Outlet	3-102-804019, S.R.L	La Unión
7	Best Price	Best Price Rogosa de Centroamérica, S.R.L	Heredia
8	Top Outlet SJ	3-101-875218, S.A	San José
9	World Outlet	Mediterraneo Amir Limitada	Heredia
10	Boom Deals	Etihad Import & Export, S.R.L	Tibás
11	American Outlet	Andrea Guevara Bonilla	Heredia
12	Yakka Outlet	3-102-777085, S.R.L	La Unión
13	Premium Star Outlet	3101867176, S.A	Alajuela
14	Start Outlet	3101850872, S.A	Alajuela
15	American Store	Inversiones Solavar, S.A	Alajuela
16	Outlet 32	Sharon Gamboa Segura	Cartago
17	Multi Outlet	Inversiones Carloros del Norte S.R.L.	San José
18	Miami Outlet	Miami Outlet S.R.L.	San José

*Nota:* Información obtenida de la página del Ministerio de Salud, <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/prensa/61-noticias-2024/1869-outlets-incumplen-informacion-al-consumidor-y-reqlamentos-tecnicos>

En dicha fiscalización, realizada el 6 y 8 de mayo del 2024, las autoridades localizaron incumplimientos de todo tipo, por ejemplo, etiquetado en otro idioma, negativa al cumplir las garantías, devoluciones estipuladas por ley, falta de registro sanitario, entre otras. (Teletica.com, 2024).

En virtud de lo expuesto, dentro de las importaciones tipo *outlet*, se han detectado por parte de la Dirección General de Aduanas irregularidades en cuanto a la declaración de las mercancías a la hora de su importación con valores que son inconsistentes con la realidad del mercado y basados en la declaración de los comercios que si se apegan a la ley. A raíz de esto, se genera una problemática en cuanto a la competencia desleal y la correcta recaudación de impuestos para el Estado, afectando parte del financiamiento del país.

Hay desafíos significativos en la fiscalización de estas importaciones. Las inconsistencias en las declaraciones de valor y el uso de prácticas desleales para evadir impuestos siguen siendo problemas recurrentes. Las aduanas deben fortalecer sus mecanismos de inspección y adoptar tecnologías avanzadas para la verificación

de mercancías y el cruce de información con otros países”, destacó la experta tributaria (Gutiérrez, 2024, párr.9).

Según lo señalado por la experta en materia tributaria, este tipo de tiendas requiere un mayor control por parte de las entidades reguladoras del comercio. Esto se debe a que el consumo de estos productos por parte de los costarricenses es constante, lo que implica una inversión significativa de tiempo y recursos económicos para acudir a estos establecimientos. En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las posibles tendencias en las importaciones tipo *outlet* para el mercado costarricense desde el 2020 al 2023 en el cantón de Montes de Oca?

### **Justificación**

El presente análisis pretende estudiar el mercado de las importaciones tipo *outlet*, el cual surge partir de la necesidad de empresas dedicadas a la venta de productos como electrodomésticos, muebles o ropa y que debido a excedentes, devoluciones o temporadas pasadas no lograron ser vendidos. Por ende, estos artículos son importados al país y colocadas en el mercado mediante las tiendas tipo *outlet*. Asimismo, nace la necesidad de crear un análisis sobre esta tendencia y cómo afecta de manera positiva y negativa al mercado costarricense; tanto desde la perspectiva económica, social, ambiental y jurídica.

En virtud de lo anterior, resulta imprescindible descartar cualquier incumplimiento de este tipo de empresas en la declaración de mercancías bajo la normativa aduanera. Según Herrera (2023), hay posibilidad de evasión de impuestos a la hora de declarar el valor real de las mercancías respectivas de los *outlets*. Situación que ha desencadenado un interés particular en la Administración Tributaria Aduanera por fiscalizar este tipo de tiendas para que estas cumplan con las regulaciones que todo importador debe seguir, esto debido al volumen de evasión fiscal que representan.

Los comercios más comunes en el país, actualmente, a menudo se cuestionan sobre las causas de esta situación y señalan la afectación de la importación de estos productos que no cumplen con las regulaciones como el principal rubro que encarece este tipo de negocios al mercado costarricense. Además, debido a su impacto directo en aquellos que sí cumplen con el debido pago de tributos se debe lograr generar una competitividad con las tiendas tipo

*outlet*, sin embargo, esto se torna imposible debido a su éxito en el mercado debido, en su mayoría, a sus precios bajos.

El análisis puede implicar la implementación de mejores prácticas y evidenciar la necesidad de ajustar el marco legal para regular el modelo de negocio de las tiendas tipo *outlet*. Este modelo refleja tanto las necesidades y carencias de diversas autoridades, como las aduaneras, de salud, policiales y otras encargadas de ejercer control sobre las importaciones en el territorio aduanero nacional, como también la habilidad emprendedora de muchos.

A su vez, se debe tomar en consideración otro factor primordial y decisivo que influye en el análisis de la tendencia de importación, en el cual la población costarricense es el principal representante, ya que acceder a la información relevante y actualizada sobre el funcionamiento de las tiendas tipo *outlet* puede permitir un impacto positivo en el desarrollo de esta actividad, con el fin de fomentar los deberes y derechos de los consumidores a la hora de adquirir estos productos.

Por último, la gran cantidad de productos que ingresan al país en mal estado debido a este modelo de negocio pone en evidencia la necesidad de buscar alternativas de mejora. El implementar ciertas estrategias que reduzcan la importación de mercancías en mal estado mediante el control del ingreso podría asegurar que los productos importados cumplan con los estándares de calidad que nuestro país solicita. Por tanto, no solo ayudaría a la protección de los consumidores, sino que mejoraría la eficiencia de las tiendas tipo *outlet* y la satisfacción de los consumidores del cantón de Montes de Oca.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la tendencia en las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense desde el 2020 al 2023 en el cantón de Montes de Oca.

### **Objetivos específicos**

1. Identificar las tendencias en las cuales se basan las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense.
2. Investigar las ventajas y desventajas de las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense.
3. Conocer el procedimiento de importación de mercancías tipo *outlet* en el mercado costarricense.
4. Diseñar una página web que centralice el acceso al manual de procedimientos para la importación de productos en tiendas tipo *outlet* en Costa Rica.

## **Antecedentes**

### **Tesis Internacionales**

La primera tesis internacional consultada es la de Cueva (2020) con el tema, *El comercio ilegal y su impacto en las actividades comerciales del cantón Huaquillas provincia de El Oro*. La realiza para la Universidad Estatal del Sur de Manabí y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: analizar como el comercio ilegal impacta en las actividades comerciales del cantón Huaquillas Provincia de El Oro. Y los siguientes objetivos específicos: identificar cuáles son los principales factores que promueven el comercio ilegal en el cantón Huaquillas, demostrar como los controles aduaneros constantes y adecuados disminuyen el paso ilegal de mercancías y conocer como el comercio ilegal afecta la situación socioeconómica de los comerciantes del cantón Huaquillas provincia de El Oro.

La metodología que se emplea es la método analítico-sintético; método cuantitativo, método inductivo-deductivo y método biográfico, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: observación, encuesta, población y muestra se procura responder al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio, cuando el autor indica que existen un sin número de personas que contribuyen al contrabando justamente porque este les ha permitido ofertar productos a bajos precios, factor primordial que influye en el comportamiento del consumidor, perjudicando así el nivel de ventas de los comerciantes formales, debido a que los productos que ingresan de manera ilegal por la frontera son vendidos a costos que a ellos les resulta imposible competir.

Dado lo anterior, se recomienda a las autoridades nacionales verificar si los agentes de la aduana están realizando eficientemente su trabajo, por lo cual deberían realizar las respectivas inspecciones, seguimientos y auditorías a la institución, con la finalidad de tener un diagnóstico veraz sobre su actuación, evitando de esta forma cualquier acto mínimo de corrupción que lo único que ocasiona es dejar mal vistos sus operaciones de control.

También, se evidencia problemáticas presentes en el mercado costarricense de importaciones tipo *outlet*, destacando la necesidad de fortalecer los controles aduaneros y garantizar la equidad en el mercado. Ambos casos ilustran cómo las irregularidades en el comercio tienen repercusiones significativas tanto para los comerciantes formales como para la economía en general.

La segunda tesis internacional consultada es la de García (2023) con el tema *Factores que determinan la fiscalización aduanera de las operaciones de importación en México*. La realiza para la Universidad Autónoma de Nuevo León y opta por el grado académico de doctorado.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: evaluar los factores que influyen en la fiscalización aduanera de las mercancías de importación en México. Además de los siguientes objetivos específicos: conocer la opinión de los expertos respecto de la fiscalización aduanera a través del análisis cualitativo con la aplicación de entrevista, conocer la opinión de los expertos sobre los elementos relacionados con las mercancías (origen, valor comercial y regulaciones y restricciones no arancelarias) respecto de su influencia en la fiscalización aduanera de las mercancías de importación en México. Así como, determinar si la autoridad aduanera influye en la fiscalización aduanera de las mercancías de importación en México.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la capacitación especializada, seguido de la experiencia y grado de estudios de las autoridades aduaneras son trascendentales para que ejecuten de manera puntual las facultades comprobación a las operaciones de comercio internacional, sobre todo en las importaciones.

Dado lo anterior, se recomienda para que haya un efectivo control aduanero en las operaciones a fiscalizar, los sectores tanto público como privado incluso el académico deben de sumar fortalezas en cuanto la proporción a las obligaciones de cada uno de los entes, en relación con las elementos humanos, materiales y económicos que a cada uno le corresponde

aportar. En la medida de que las variables que determinen el reconocimiento aduanero sean más puntuales, se podrá ir observando la disminución de esfuerzos que cada sector invierte para el cumplimiento de sus correspondientes objetivos.

Se destaca la relevancia de una fiscalización aduanera efectiva para garantizar el cumplimiento de las normativas de comercio internacional. En el contexto de esta investigación, la falta de controles rigurosos permite prácticas como la subfacturación y elusión de impuestos, favoreciendo precios bajos, pero generando competencia desleal en el mercado costarricense. La investigación sugiere que una mayor capacitación y especialización de las autoridades aduaneras, junto con la colaboración entre sectores, podría mejorar el control de las importaciones, reduciendo irregularidades.

La tercera tesis Internacional consultada es la de Gawior (2022) con el tema: *Comportamiento del consumidor y compra por impulso en tiendas físicas de moda rápida en España*, la realiza para la Universidad CEU Abat Oliba y opta por el grado académico de doctora

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Indagar en el concepto de compra por impulso de productos de moda rápida en las tiendas físicas de España. Además de los siguientes objetivos específicos: analizar como las medidas sanitarias y de distanciamiento social impuestas durante la pandemia por COVID19 han modificado el comportamiento de los consumidores de moda rápida durante la pandemia. Establecer un modelo explicativo de la compra por impulso que incluya determinantes internos como la discrepancia entre el yo real y el yo ideal, las motivaciones hedónicas y la moda consciente y analizar las posibles consecuencias negativas (personales, sociales y financieras) de la compra impulsiva y la responsabilidad ética de las marcas de moda rápida.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: recolección, procesamiento y análisis de datos, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que de forma positiva en este trabajo doctoral se ha establecido que los elementos cognitivos (falta de evaluación previa y falta de planificación) y efectivos (presencia de emociones positivas, estimulación y placer) están asociados de

forma positiva con el comportamiento de la compra por impulso de moda. Para lo anterior, se recomienda nuevas investigaciones similares con otras categorías de productos para ampliar los conocimientos sobre la compra impulsiva.

Por añadidura, se encuentra conexión con las importaciones tipo *outlet* en Costa Rica al destacar los factores que impulsan la compra por impulso, un fenómeno clave en el mercado *outlet*. Los consumidores atraídos por precios bajos y la variedad de productos suelen tomar decisiones rápidas y emocionales, influenciados por la estimulación y el placer de encontrar "ofertas".

La cuarta tesis internacional consultada es la de Espinoza Vela (2021): *La Metodología Lean Canvas y la comercialización de saldos de exportación de prendas de calidad*. Este estudio fue realizado para la Universidad Ricardo Palma en Perú y opta por el Grado Académico de Maestro en Ingeniería Industrial con mención en Planeamiento y Gestión Empresarial

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: aplicar la Metodología Lean Canvas, para mejorar la comercialización de saldos de exportación de prendas de primera calidad al por menor. Los objetivos específicos son los siguientes:

- Segmentar el mercado de clientes para incrementar las ventas de productos al por menor mediante un formato de tienda adecuado.
- Implementar una estructura de costos comerciales que permita reducir los gastos de venta.
- Rediseñar el proceso de inventarios para optimizar el nivel de stock de los productos.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: recolección de datos y análisis documental, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión que responde al objeto de estudio, cuando el autor indica que de los resultados obtenidos al analizar las ventas se comprobó que, si se segmenta el mercado de clientes, entonces, sí se incrementa las ventas del producto. Esto se evidencia en el aumento de las ventas de los productos en el mes de diciembre (campaña navideña) del 2019 con 44%, enero del 2020 con 31% y febrero del 2020 con 32%.

Para lo anterior, se recomienda que tener en cuenta los tres puntos clave para completar el diagrama Lean canvas son “el producto es el modelo de negocio NO es el producto”, conocer el segmento de clientes al que está dirigido el modelo de negocio, ofrecer una propuesta de valor sólida que cubra las necesidades del cliente objetivo clave es completar la información del modelo de negocio redactando en forma rápida, conciso, portátil, pensando en el presente con una actitud resolutiva.

El estudio resalta la importancia de entender el mercado y las necesidades del cliente, lo cual también es esencial para las tiendas tipo *outlet*, que deben ofrecer una propuesta basada en el acceso a productos de calidad a precios más bajos. La gestión de inventarios, también, es relevante para los outlets, ya que la rotación rápida de productos y la reducción de existencias innecesarias son prácticas claves para maximizar los márgenes de ganancia. Así, la metodología Lean Canvas podría ayudar a las empresas *outlet* a ajustar sus estrategias comerciales y de inventario, mejorando la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

La quinta tesis internacional consultada es la de Páez & Marcos (2023) con el tema: *Factores del comportamiento de compra de los clientes jóvenes en la tienda Estilos de la sucursal Huaral, 2022*. La realiza para la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Describir la percepción de los factores del comportamiento de compra de los clientes jóvenes en la tienda Estilos de la sucursal Huaral, 2022. Y los objetivos específicos:

- Describir la percepción del factor social del comportamiento de compra de los clientes jóvenes en la tienda Estilos de la sucursal Huaral, 2022.
- Describir la percepción del factor personal del comportamiento de compra de los clientes jóvenes en la tienda Estilos de la sucursal Huaral, 2022.
- Describir la percepción del factor psicológico del comportamiento de compra de los clientes jóvenes en la tienda Estilos de la sucursal Huaral, 2022.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: población, muestra, recolección y técnicas para el procesamiento de la información de datos se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la hipótesis planteada previamente coincide con los resultados de la presente investigación de campo, señalando que la variable es percibida de manera regular por la mayoría de los clientes jóvenes en la tienda Estilos de la sucursal Huaral. Por lo tanto, se puede entender que los indicadores de los factores culturales, sociales, personales y psicológicos que rodean a los clientes jóvenes de acuerdo con sus condiciones de vida describen un nivel no tan significativo en su comportamiento de compra. Asimismo, esta variable se posiciona dentro del *marketing*, ya que uno de sus principales estímulos es la promoción, que hoy en día es conocida como comunicación, la que le permite ubicarse en los estudios de las ciencias de la comunicación.

Para lo anterior se recomienda a la tienda a que mantengan las diferentes opciones de marcas, algunas más accesibles o económicas comparadas a otros productos similares, pero que son más costosos, ya que los clientes jóvenes atraviesan por circunstancias económicas cambiantes y conservar una buena reputación y, por ende, positivos comentarios de cualquier cliente real o potencial.

El comportamiento de compra, los factores sociales, personales y psicológicos son determinantes en las decisiones de compra. Este fenómeno es paralelo al comportamiento de los consumidores en el mercado de tiendas tipo outlet, donde los precios accesibles y las marcas reconocidas juegan un papel importante en la atracción de jóvenes que buscan productos de calidad a precios más bajos debido a circunstancias económicas cambiantes.

La sexta tesis internacional consultada es la de Yanelu (2020) con el tema: *Fiscalización aduanera y los derechos Ad-Valorem en las empresas aduaneras Provincia Constitucional del Callao, año 2018*. La realiza para la Universidad de San Martín de Porres y opta por el grado académico de Licenciatura de Contadora Pública.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: determinar la influencia de la fiscalización Aduanera en los derechos Ad Valorem en las empresas de aduanas de la Provincia Constitucional del Callao, año 2018. Además, los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la influencia directa de la obligación tributaria aduanera en los derechos antidumping en las empresas de aduanas de la Provincia Constitucional del Callao, año 2018.
- Determinar el procedimiento administrativo en la conciencia tributaria aduanera en las empresas de aduanas de la Provincia Constitucional del Callao, año 2018.
- Definir la relación entre el régimen de incentivo en la evasión tributaria aduanera en las empresas de aduanas de la Provincia Constitucional del Callao, año 2018.

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

Se obtiene la siguiente conclusión que responde al objeto de estudio, cuando el autor indica que se determinó que las fiscalizaciones aduaneras inesperadas conforme se demuestran con los resultados estadísticos obtenidos serviría para un mayor control en almacenes y, así, evitar el contrabando. Ello supone orientar su control en principio a la detección del fraude aduanero, el cual tiene un carácter disuasivo orientado a verificar de manera aleatoria a través del reconocimiento físico la correcta declaración de las mercancías. Por lo que es necesario que el grupo operativo establezca los principales lineamientos en la selección de empresas a ser sujetas a fiscalizaciones posteriores.

Para lo anterior se recomienda, que el personal sea capacitado permanentemente en cuanto a procedimiento, normatividad, técnicas de inspección, herramientas tecnológicas, lo que permitirá controles eficientes logrando la detección de mercancías de contrabando cumpliendo satisfactoriamente los objetivos.

Una relación directa con el tema de las importaciones tipo *outlet* en Costa Rica es la fiscalización aduanera y el control de mercancías. La investigación resalta la importancia de las fiscalizaciones aduaneras sorpresivas y cómo estas pueden ayudar a prevenir el contrabando y la evasión tributaria, un problema frecuente en las importaciones de productos tipo *outlet* en el país.

La séptima tesis internacional consultada es la de Zapata & Rondón (2023) con el tema: *Control Aduanero y el contrabando en la Intendencia de Aduana de la Región Moquegua, 2023*. La realiza para la Universidad José Carlos Mariátegui para optar el título profesional de Ingeniero Comercial.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Identificar la relación entre el control aduanero y el contrabando en la Intendencia de Aduana de Ilo Región Moquegua, 2023. Y los siguientes objetivos específicos:

- Identificar la relación entre el control previo y el contrabando en la Intendencia de Aduana de Ilo Región Moquegua, 2023.
- Identificar la relación entre el control concurrente y el contrabando en la Intendencia de Aduana de Ilo Región Moquegua, 2023.
- Identificar la relación entre el control posterior y el contrabando en la Intendencia de Aduana de Ilo Región Moquegua, 2023.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: población, muestra y cuestionario, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, la cual responde al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se establece una relación positiva alta entre el control concurrente y el contrabando. Se podría sostener que a mayor control concurrente habría una disminución significativa de las actividades de contrabando. Además, se podría sostener que a mayor control aduanero habría una disminución significativa de las actividades de contrabando

Para lo anterior, se recomienda continuar con el entrenamiento regular de expertos en la revisión documental y el reconocimiento físico, utilizando controles no intrusivos para optimizar la eficacia y velocidad en la verificación de mercancías. Todo esto con el objetivo de fortalecer las operaciones de despacho y optimizar la supervisión mediante la simplificación de las directrices de buenas prácticas en auditorías, cuyo propósito es agilizar la vigilancia y detección de mercancías de contrabando. Además, se sugiere implementar tecnologías avanzadas de inspección de carga, mejorar la capacitación del personal aduanero

en técnicas de detección y promover la colaboración internacional para compartir información sobre amenazas y mejores prácticas aduaneras.

Al igual en el mercado costarricense, las importaciones *outlet* podrían beneficiarse de la implementación de tecnologías avanzadas de inspección y el entrenamiento constante del personal aduanero. La recomendación de mejorar la capacitación de los agentes aduaneros en técnicas de detección de mercancías de contrabando es también relevante en el contexto costarricense, donde las importaciones tipo *outlet* podrían estar evadiendo impuestos o normativas sanitarias y de seguridad.

La octava tesis internacional consultada es la de Guerra et al., (2019) con el tema: *Análisis en el consumismo de las personas según su estatus social*. La realizan para la Universidad Cooperativa de Colombia y optan por el grado académico de Licenciatura en Mercadeo.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar el consumismo en las personas como referente de estatus social en el momento de adquirir un producto o servicio más allá de la necesidad primaria buscando aceptación social. Además de los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar el concepto de consumismo, estatus social, y las variables que lo relacionan.
- Determinar los distintos tipos de comportamientos en las personas durante y después de la compra, según su estatus social.
- Interpretar cual es el tipo de consumismo más frecuente en cada estrato socio económico y cultural.

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

Se llega a la siguiente conclusión en respuesta al objeto de estudio: el autor señala que el consumo en la sociedad comienza con la satisfacción de necesidades primarias o básicas. Sin embargo, una vez cubiertas estas necesidades, las personas adquieren productos o servicios de manera excesiva para satisfacer deseos o ideales, lo que deriva en consumismo.

Este fenómeno busca denotar un estatus social, llevando al consumidor excesivo a ocupar un lugar destacado en su círculo social, político, cultural o incluso religioso. Además, el autor distingue entre adquirir un producto para satisfacer una necesidad primaria y comprar con el propósito de satisfacer un deseo, o adquirir cantidades excesivas de productos que no serán utilizados en su totalidad, simplemente para aparentar o encajar en una sociedad que valora la economía y el estatus elevado.

En el contexto de las importaciones tipo *outlet*, se podría estar alimentando un consumo más orientado a la apariencia social que a la necesidad real, lo cual es consistente con el patrón de consumo excesivo mencionado en la tesis. La disponibilidad de productos *outlet* podría fomentar la compra impulsiva de productos que, si bien no son necesarios, sirven como una muestra de estatus.

En general, cada uno de los autores elegidos para el aporte de la investigación abordan los temas de una forma clara, sin embargo, a nivel internacional, no hay estudios relaciones a las importaciones tipo *outlet*. La búsqueda realizada fue exhaustiva en repositorios académicos, bibliotecas y otras fuentes de información confiables, lo que demuestra la necesidad de abordar el tema de investigación, si bien dentro de los aportes podemos mencionar estudios importantes en cuanto al consumo de la población, delitos de evasión fiscal, comercio ilícito, competencia desleal y estudios sobre mercados similares resalta la necesidad y novedad del tema de investigación.

### **Tesis Nacionales**

La primera tesis nacional consultada es la de Zumbado (2019) con el tema: *Análisis del Procedimiento Aduanero aplicado a la importación de ropa usada en Costa Rica durante los periodos 2016 al 2017, con el fin de determinar si se está cumpliendo con lo establecido en la legislación aduanera vigente*, la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar los procedimientos aduaneros aplicados a la ropa usada desde su ingreso a Costa Rica hasta su nacionalización. Y los siguientes objetivos específicos:

- Analizar los procedimientos aduaneros y requisitos aplicados a la importación de ropa usada, con el fin de identificar si se está cumpliendo con la normativa vigente.
- Verificar las partidas arancelarias de acuerdo con el sistema arancelario centroamericano, para poder conocer si se está realizando una correcta clasificación arancelaria.
- Describir la valoración aduanera establecida por la Organización Mundial del Comercio y su aplicación a la ropa usada, con el propósito de determinar si existe un adecuado pago de tributos ante el Fisco.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, al existir tantos vacíos en la legislación aduanera, se abren portillos para que no se apliquen correctamente los controles aduaneros dentro de las instalaciones de los depositarios.

Para lo anterior, se recomienda mayor vigilancia y supervisión por parte del Departamento de Fiscalización de las aduanas en el tema de la ropa usada en el momento en que se encuentra en las instalaciones de los depositarios aduaneros y documentos que se generan en el proceso de importación, generaría una disminución en la evasión de controles aduaneros.

La tesis tiene implicaciones relevantes para el análisis de importaciones tipo *outlet* en el país, especialmente en términos de cumplimiento normativo y vigilancia aduanera. La investigación destaca la existencia de vacíos en la legislación aduanera que permiten eludir los controles en la importación de ropa usada. Este fenómeno podría estar relacionado a las importaciones tipo *outlet*.

La segunda tesis nacional consultada es la de Steven & Floryana (2023) con el tema: *Análisis sobre la gestión de importaciones de la empresa Promainsa S. A. y sus repercusiones durante los periodos 2019-2021*. La realizan para la Universidad Técnica Nacional para optar por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Estudiar los procesos de gestión financiera en las importaciones por medio de la cadena de suministros y sus efectos para optimizar los rendimientos en la empresa Promainsa S. A. durante los periodos 2019-2021. Además de los siguientes objetivos específicos:

- Detallar la gestión de importaciones en la empresa y su gestión de suministros mediante la observación estructurada por la normativa aduanera vigente.
- Identificar los efectos directos e indirectos que se relacionan con los factores globales durante los periodos 2019-2021 por medio de entrevistas a las jefaturas de los departamentos involucrados.
- Recomendar los procesos de gestión financiera que optimicen los rendimientos de la empresa Promainsa S. A.

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

Se obtiene la siguiente conclusión que responde al objeto de estudio: el autor indica que es posible definir que la gestión de importaciones es el conjunto de medios y métodos en la cadena de suministro, se encarga de la planificación, así como implementar y controlar el buen manejo el almacenamiento. Además, suministra la distribución eficiente de los productos para de esta forma garantizar la satisfacción del cliente.

Para lo anterior, se destaca la importancia de gestionar un buen transporte para las mercancías, tanto en calidad como en precio; es decir, buscar las opciones que le permitan contar con la calidad de servicio y precio en el momento de contratar a un transportista y gestionar cotizaciones antes de realizar una importación. Esto permite reducir los costos de importación, por ende, disminuye su precio final.

Una recomendación clave de esta tesis es la gestión adecuada del transporte de mercancías, buscando un equilibrio entre calidad y precio, y gestionando cotizaciones antes de realizar las importaciones. En las importaciones tipo *outlet* los costos logísticos pueden afectar la rentabilidad de las empresas que venden estos productos. A través de la selección adecuada de opciones de transporte y la evaluación de costos, las empresas pueden optimizar sus márgenes y asegurar la competitividad en el mercado.

La tercera tesis nacional consultada es la de Betancur (2019) con el tema: *Costos y procedimientos logísticos en el departamento de importaciones de la empresa Papeles Okdala Sociedad Anónima*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios Énfasis en Comercio Internacional.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar los costos y procesos logísticos que se llevan a cabo departamento de importaciones de la empresa Papeles Okdala Sociedad Anónima. Además, los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los procesos logísticos que se llevan a cabo en el departamento de importaciones de la empresa Papeles Okdala.
- Clasificar los costos en el departamento de importaciones de la empresa Papeles Okdala.
- Determinar la relación que existe entre los costos y los procesos logísticos en el departamento de importaciones de la empresa Papeles Okdala.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas, fuentes bibliográficas como libros virtuales, páginas gubernamentales, fuentes periodísticas, trabajos, proyectos y tesis de grados, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio: el autor indica que se concluye que, la empresa divide el proceso en tres partes, donde la primera es la emisión de la orden de compra, la segunda parte es el transporte de la mercancía y, por último, la nacionalización de la mercancía. Durante el primer proceso, que es la emisión de la orden de compra se observó que, por ser el paso inicial de la negociación es fundamental plantearse, todos los términos y condiciones de la importación, es decir, se plantea la forma de pago, el plazo de pago, el medio de transporte y la fecha de entrega de la mercancía, esto con el fin de realizar un proceso transparente y sin complicaciones. También, se observó que llevar a cabo esta parte del proceso no les genera ningún costo adicional que pueda influir, en el precio final del producto

Para lo anterior, se recomienda a la empresa registrarse como operador económico Autorizado ante el PROFAC. Al tener este registro la empresa gozará de varios beneficios, uno de los más importantes es que le va a garantizar al Estado costarricense, que es una empresa que cumple con todos los parámetros legales, y que la mercancía que está importando, es lícita y permitida para su distribución a nivel nacional. También, al adquirir dicha licitación le permitirá a la empresa brindar confianza a nivel nacional y mundial.

La investigación divide el proceso logístico en tres etapas clave: la emisión de la orden de compra, el transporte de la mercancía y la nacionalización de la mercancía. Durante la primera etapa, la autoría señala la importancia de definir claramente los términos de la importación, como el medio de transporte, los plazos de pago y las condiciones de entrega, lo cual facilita un proceso transparente y sin costos adicionales que alteren el precio final del producto, proceso que puede ser aplicado por las tiendas tipo outlet.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Sibaja (2022) con el tema: *Estrategias aduaneras para la mitigación de los efectos negativos de la COVID-19 en la logística del comercio internacional en la Aduana de Peñas Blancas, Costa Rica*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado de Magíster en Gerencia del Comercio Internacional. Cumple con los requisitos establecidos por el Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional, Costa Rica.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar las estrategias utilizadas por la Aduana de Peñas Blancas, Costa Rica, para enfrentar los problemas generados por la pandemia de la COVID-19 y su efecto en la logística del comercio internacional. Además, los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las medidas sanitarias que se aplicaron en la Frontera de Peñas Blancas, durante la pandemia de la COVID – 19.
- Identificar cuáles fueron los costos económicos producto de las medidas sanitarias de la COVID-19, que afectaron las empresas del sector importador y exportador y que tramitan en la Frontera de Peñas Blancas.
- Analizar cómo la falta de infraestructura potenció el impacto de la Covid-19 en la Frontera de Peñas Blancas.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: publicaciones en sitios web y entrevistas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio: el autor indica que producto del estudio realizado se puede determinar que tanto el Gobierno como las empresas de Costa Rica, que el mercado de Centroamérica y el de México, son mercados muy importantes para la economía local, por lo que ante este tipo de situaciones de crisis se requiere contar con una mejor plataforma de coordinación y prevención para asegurar la continuidad del negocio y del comercio internacional

Para lo anterior, se recomienda se sugiere realizar un estudio orientado a analizar los tiempos de duración en que se incurren en los distintos procesos de comercio en la Frontera de Peñas Blancas: importación, exportación, tránsito con el propósito de ver cuáles son las causas específicas que conllevan esos atrasos con la consecuente afectación en los costos de los dueños de las mercancías.

Este enfoque de optimización en los tiempos y costos de procesos aduaneros también es relevante para empresas que manejan importaciones tipo *outlet*, ya que la eficiencia en la logística puede ayudar a reducir costos operativos y mejorar la competitividad en un entorno marcado por desafíos como los vividos durante la COVID-19.

La quinta tesis nacional consultada es la de Alvarado (2021) con el tema: *Evaluación del procedimiento aduanero que aplica la empresa Chemelco Food Tech S. A bajo el régimen de importación definitiva en el periodo de septiembre 2019 a marzo 2020*, la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Evaluar el procedimiento aduanero de las mercancías bajo el régimen de importación definitiva realizado por *Chemelco Food Tech S.A*, de acuerdo con la normativa vigente en Costa Rica con el fin de emitir recomendaciones para mejorar el proceso de importación. Además, los siguientes objetivos específicos:

- Analizar el actual proceso que aplica la empresa *Chemelco Food Tech S.A* para importar mercancías, bajo el régimen de importación definitiva.

- Determinar la normativa aplicable para la importación definitiva en *Chemelco Food Tech S.A* y elaborar un plan de mejora para el proceso de importación definitiva de mercancías.

La metodología que se emplea es el mixto, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: la observación directa, el análisis documental, análisis de contenido, entre otras se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, la cual responde al objeto de estudio: el autor indica que se determina que la empresa *Chemelco Food Tech S.A.* no cuenta con un procedimiento eficiente para la importación definitiva, que le permita cumplir con cada uno de los requisitos que establece la normativa aduanera para así evitar incumplimientos en el proceso. Además, el procedimiento de importación definitiva existente no reduce tiempos en cada una de las etapas de la importación.

Para lo anterior, se recomienda mejorar los canales de comunicación entre los departamentos involucrados en el proceso de importación definitiva, específicamente entre importaciones y compras. Asimismo, se incentiva a programar reuniones donde se puedan definir estrategias y mejoras continuas. También, contratar a un asesor aduanal, que capacite y oriente a los colaboradores de la organización, de esta manera se lograra transmitir con mayor certeza que el proceso que se lleva a cabo se basa según lo dicta la normativa aduanera.

La recomendación de contratar un asesor aduanal es clave para las importaciones tipo *outlet*, ya que un experto en normativas aduaneras podrá garantizar que estas importaciones se realicen conforme a la legislación vigente, evitando problemas como incumplimientos normativos o el pago de multas. Además, este se encuentra capacitado para ayudar a optimizar el proceso de importación, reduciendo los tiempos de despacho y mejorando la eficiencia en el cumplimiento de los requisitos arancelarios y fiscales.

La sexta tesis nacional consultada es la de Yorlene et al., (2019) con el tema: *Descripción de las regulaciones de las técnicas y procedimientos de importación definitiva de precursores químicos al territorio aduanero nacional mediante el sistema de tecnología de información de control aduanero (tica) en la dirección general de aduanas y demás entidades regulatorias. período 2012-2018.* La realiza para la Universidad de Técnica Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Describir las regulaciones de las técnicas y procedimientos de importación definitiva de precursores químicos al territorio aduanero nacional mediante el Sistema de Tecnología de Información de Control Aduanero (TICA) en la Dirección General de Aduanas y las demás entidades regulatorias. Así como elaborar una propuesta de unificación de dichas técnicas y procedimientos. Y los siguientes objetivos específicos:

- Detallar las regulaciones en el procedimiento de importación definitiva de precursores que aplica la Dirección General de Aduanas en el sistema TICA.
- Especificar las regulaciones en el procedimiento de importación definitiva de precursores que aplica el Ministerio de Salud.
- Enumerar las regulaciones en el procedimiento de importación definitiva de precursores que aplica el Instituto Costarricense sobre Drogas.
- Identificar los documentos de importación requeridos para el proceso de importación definitiva de precursores en el territorio aduanero nacional.
- Elaborar una propuesta para la estandarización trámite lógica del procedimiento de importación definitiva de los precursores al territorio aduanero nacional.

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

Se obtiene la siguiente conclusión, dando respuesta al objeto de estudio: el autor indica que la falta de una guía o manual de índole aduanero que unifique las regulaciones y procedimientos de importación definitiva al territorio aduanero nacional de precursores químicos, provoca un desconocimiento al usuario del tipo de procedimientos y requisitos arancelarios y no arancelarios que debe cumplir para culminar correctamente el trámite de desalmacenaje.

Para lo anterior, se recomienda la propuesta de un procedimiento estandarizado entre instituciones permitirá mayor agilidad a los usuarios, reduciendo la cantidad de consultas realizadas para una mayor fluidez en el proceso de importación de precursores. Se recomienda a la Dirección General de Aduanas, al Instituto Costarricense sobre Drogas, al Ministerio de Salud, y a los Auxiliares de la Función Pública Aduanera del país desarrollar y

utilizar este instrumento, ya que resume las leyes o procedimientos que deben seguir los usuarios para no incurrir en sanciones u omisiones de carácter legal y que afecten los tiempos de desalmacenaje de los productos en aduana.

La tesis ofrece valiosas lecciones para el manejo de las importaciones tipo *outlet*, sugiriendo que una estandarización de procedimientos, el uso de tecnología avanzada y una coordinación interinstitucional efectiva son elementos clave para agilizar los trámites aduaneros y garantizar que estos productos lleguen al mercado de manera rápida, eficiente y cumpliendo con la normativa vigente de Costa Rica.

La séptima tesis nacional consultada es la de Carmen Esquivel Segura et al., (2022) con el tema: *Propuesta de un manual técnico de importación aduanera para la empresa Aeropost de la sucursal de El Roble de Puntarenas, que disminuya los inconvenientes a los usuarios con la compra de las mercancías en extranjero, para el periodo 2020-2021*, la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: proponer un manual técnico de importación aduanera a la empresa Aeropost de la sucursal de El Roble de Puntarenas, que disminuya los inconvenientes a los usuarios en la compra de mercancías en el extranjero para el año 2020- 2021. Y los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las mercancías de mayor demanda que generan inconvenientes, determinar los puntos de mejora que requiere la empresa Aeropost en la sucursal de Puntarenas a partir del diagnóstico de procedimientos y regulaciones aduaneras.
- Crear un manual técnico de importación de mercancías, con los procedimientos y directrices, para un mayor funcionamiento de la empresa Aeropost, en el manejo de la documentación aduanera.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio: el autor indica que se identificó cuáles son las mercancías con mayor demanda por inconvenientes

detectados en la empresa Aeropost de la sucursal de Puntarenas, durante el periodo 2020-2021, entre ellas se toman en cuenta los implementos médicos como ejemplo (irrigador dental, osciloscopio). También las mercancías a base de líquidos o de una consistencia cremosa (tintas, los geles y goma adhesiva para pelucas), por falta de los requisitos para su importación, como: no aportar factura comercial, carné de asociado al colegio de médicos, conocimiento de embarque, certificado de origen, así como la nota técnica.

Para lo anterior, se recomienda se recomienda acoger la implementación del manual en la sede de Puntarenas para un mejor desarrollo de la empresa en materia aduanera y eliminar todos aquellos inconvenientes que se presentan por el desconocimiento de la normativa aduanera que se presenta entre los usuarios y, así, evitar atrasos he inconvenientes al personal de la sucursal de Aeropost de Puntarenas.

En la tesis consultada, se recomienda un manual para el manejo de productos específicos, como los implementos médicos. Para los productos *outlet*, un enfoque similar puede ser útil, ya que algunos de estos productos pueden pertenecer a categorías específicas (ropa, tecnología, electrodomésticos) y estar sujetos a regulaciones particulares que necesitan ser detalladas en un manual para garantizar su importación sin problemas.

La octava tesis nacional consultada es la de Mairena Mora & Mena Delgado (2022) con el tema: *Análisis de la aplicación del procedimiento aduanero de conformidad con la normativa vigente en los casos de diferencia de marchamos físicos con respecto a DUAS de régimen de importación de modalidad anticipada en la jurisdicción de la aduana de Caldera en el periodo 2019*, la realizan para la Universidad Internacional de las Américas y optan por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar el procedimiento aduanero a través de un acta de diferencia de marchamos, que realizan los auxiliares de la función pública y la aduana de Caldera, en el primer semestre del año 2019, con el fin de mejorar el proceso evitando incrementar costos logísticos y que el tránsito de mercancías sea eficiente. Y los siguientes objetivos específicos:

- Describir el procedimiento y control que ejerce la aduana de Caldera para las diferencias declaradas en los marchamos para el régimen de importación definitiva.

- Analizar el proceso que ejercen los auxiliares de la función pública y justificar las diferencias de marchamos en los contenedores para la importación.
- Y examinar la gestión aduanera en los periodos establecidos y simplificar los despachos de contenedores que presentan diferencia de marchamos en el régimen de importación definitiva.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio: el autor indica que respecto al control aduanero es importante su aplicación, ya que, este es un apoyo en los procedimientos aduaneros. Así como, en la aduana Caldera es importante tener claro el control por realizar ya que se deben de agilizar los tiempos desde que las unidades se encuentran en puerto para su respectiva salida.

Para lo anterior, se recomienda a la Sociedad Portuaria de Caldera, analizar, interpretar y aplicar correctamente el control aduanero. Esto ayudara a una mejor logística a los contenedores de importación que serán movilizadas a un almacén fiscal u otro sitio autorizado.

La tesis analiza las diferencias en los marchamos físicos y cómo afectan el proceso de importación. Este tipo de situación es común cuando las mercancías no coinciden con los registros previos o cuando hay errores en la documentación, lo que puede ocurrir también en la importación de productos *outlet* si no se verifican correctamente los detalles de los productos antes de su despacho.

De lo anterior, se evidencia la escasez de investigaciones sobre la temática planteada en la presente investigación, tanto a nivel nacional como internacional; sin embargo, los temas relaciones abordados exhaustamente por parte de los autores relacionados con las importaciones, declaración y procedimientos aduaneros a la hora de importar diferentes mercancías, lo que aclara para esta investigación el posible proceso de importación de las mercancías de las tiendas tipo *outlet* así como los requerimientos bajo el marco legal que deben cumplir.

## Proyecciones

- En esta investigación se busca identificar en cuáles tendencias se basan las importaciones de tiendas tipo *outlet* en el mercado costarricense, con el fin de proveer a las empresas y comerciantes que se desean iniciar, o ya tienen establecido, este tipo de tiendas e información relevante que les permita tomar decisiones estratégicas sobre el modelo de negocio en el Cantón de Montes de Oca.
- El estudio está enfocado en investigar las diferentes ventajas y desventajas de las importaciones tipo *outlet* para el mercado costarricense; se pretende evidenciar los puntos positivos y negativos de estas importaciones tanto a los consumidores, comerciantes y las autoridades encargadas de fiscalizar este tipo de operaciones en el país.
- El propósito es comprender el proceso de las importaciones tipo *outlet* desde el inicio de la actividad comercial hasta la venta de los artículos comercializados en el cantón de Montes de Oca, con el fin de describir detalladamente los pasos, requisitos y documentación necesarios para la importación de productos tipo *outlet*, facilitando el cumplimiento de la normativa por parte de los importadores.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En este apartado se describen los conceptos teóricos que permiten fundamentar y desarrollar este trabajo de investigación. En primera instancia, se abordan las generalidades relacionadas a tendencias, sus clases como las de distribución, logísticas o *e-commerce*. Así como las tiendas outlet, orígenes, tipos, ventajas y desventajas, entre otros temas relacionados.

Cada uno de estos conceptos permiten una mejor comprensión del trabajo final de graduación y con ello ayudar al lector con respecto a la fundamentación y desarrollo del trabajo final. Cabe mencionar que las temáticas descritas tienen relación con el problema y los objetivos de esta investigación.

### **Tendencia**

Según la información localizada, una tendencia es un fenómeno comercial que tiene un comportamiento en las personas. Según Ceplan (2016), se define como “una tendencia es la dirección de un movimiento o cambio, en una serie ordenada que tiene continuidad en el tiempo”.

Además, en la misma línea del autor, existen tendencias de estructuras como el movimiento consistente, que hace referencia al cambio, la condición de cambio, que es un atributo o cualidad (Ceplan, 2021).

Además, Vásquez (2017) comenta que el mercado al ser dinámico los avances científicos y tecnológicos hacen que las tendencias también se desarrollen desde la informática, electrónica, robótica, genética, nanotecnología. Asimismo, Vásquez (2017) comenta que las tendencias se desarrollan:

Específicamente por los cambios en las estrategias y actividades comerciales de bienes, servicios, productos, el sistema de distribución, investigación, la promoción, que incluye las ventas, los tipos y características de la publicidad, la promoción de ventas y el sistema de relaciones de acuerdo con la situación actual, en los cuales se evidencia con la mejoras, innovaciones y transformaciones. (p.18)

En la misma línea de tendencia López (2015) informa que:

La palabra tendencia viene definida por la RAE como propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines; fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa; idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección. (p.14)

Además, en el análisis localizado, una tendencia es una predicción, algo que pasará en algún momento y será aceptado por la persona promedio. Para esto, antes de que llame la atención de las personas, es necesario un proceso social:

Una de las claves para detectar una tendencia es ver que un mismo estilo tanto en el contexto social se refiere como en el de consumo se vuelve evidente en diferentes categorías de hábitos o productos, pudiendo ello evidenciar una tendencia emergente y no únicamente una oleada de moda. (López, 2015, p.14)

En otras palabras, las tendencias marcan una dirección e intención por medio de los medios de comunicación y los sectores profesionales.

Desde su surgimiento, la palabra tendencia viene cargada de los sentidos de alteridad, de movimiento y de expansión. El fenómeno de las tendencias se define siempre, según Caldas, en función de un objetivo o de una finalidad que ejerce fuerza de atracción sobre aquello que soporta y ejerce la tendencia (López, 2015, p.15).

### **Tendencia en producción**

El proceso de producción es un sistema de acciones relacionadas entre sí y que además persiguen el objetivo de transformar la materia prima en productos o servicios comercializables (Nuria, 2018).

Existen distintos tipos de procesos productivos:

La fabricación bajo pedido se enfoca en crear objetos únicos y de manera puntual. Por otro lado, la manufactura en masa se caracteriza por la elaboración de cientos de productos idénticos, ya sea mediante una línea continua o por lotes, que consisten en pequeñas cantidades de productos similares. Finalmente, la producción continua se diferencia de la producción en masa al centrarse en la fabricación de miles de elementos idénticos, con una línea operativa activa las 24 horas del día (Nuria, 2018).

### **Producción para Outlets**

Uno de los componentes principales de una tienda que opera en *Outlet* es el volumen de productos MFO (Made For Outlets) que puede producir. Se sabe que las tiendas Outlet Center en Estados Unidos operan con alrededor del 65% de su mix de productos en tiendas *outlet* producidas directamente para el Outlet Center (MFO), lo que garantiza, además de una alta rentabilidad, garantía de mantenimiento de *stocks*, provocando menos fricción (y menos daño a la imagen de la marca) con cada visita que hace el consumidor (Godoy, 2023).

### **Tendencia en distribución comercial**

La distribución comercial es una herramienta que permite facilitar la relación entre la oferta y la demanda. Molinillo (2014) comenta que:

La distribución comercial es una herramienta de *marketing* para las empresas puesto que permite facilitar la conexión entre la oferta y la demanda. En los últimos tiempos, lo que era una sencilla función de conexión se ha hecho tremendamente compleja debido, entre otras cuestiones, a la globalización de los mercados, a la constante evolución de los formatos comerciales (Molinillo, 2014, p.13).

Además, “tiene como objetivo situar los productos o servicios a disposición de los consumidores finales, para ello planifica, desarrolla y coordina un conjunto de acciones y actividades, para satisfacer deseos y necesidades de los clientes” (Molinillo, 2014, p.19).

Desde una perspectiva amplia, la distribución sería una variable estratégica de gestión de *marketing* cuyo objetivo es poner el producto a disposición del consumidor final, en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, todo ello a un coste razonable y de manera que estimule su adquisición en el punto de venta (Sánchez et al. (2011, p.89).

Por otra parte, la tendencia de distribución comercial realiza una valiosa contribución al desarrollo económico del territorio, a través del Producto Interno Bruto y la creación de oportunidades laborales (Molinillo, 2014). En cuanto a los *outlets* podemos mencionar dos tipos de distribución en la que se basan como lo son:

### **Cadena de Distribución Long Tail**

Se basa en la venta de menos unidades de un catálogo más amplio en vez de apostar por las grandes ventas convencionales. En lugar de enfocarse en un único segmento de consumidores o en una línea homogénea, se abordan múltiples segmentos, lo que amplía la diversidad de clientes potenciales (Eternity Group, 2023). Además, permite a las empresas obtener beneficios significativos al vender pequeñas cantidades de productos difíciles de encontrar a muchos clientes, en lugar de vender grandes cantidades de un número limitado de productos comunes a pocos clientes (Eternity Group, 2023).

### **Minorista**

El minorista, normalmente, compra artículos en grandes cantidades a fabricantes, importadores o mayoristas. Este vende sus artículos al consumidor final, a través de una tienda física u online. Esto también se conoce como venta al por menos (SumUp, s/f).

Los minoristas se pueden clasificar de muchas maneras; a continuación, son clasificados en función de la línea de productos:

Tienda departamental: Gran variedad de líneas de producto.

Tienda de descuento: Ofrece mercancía estándar a precios reducidos por volúmenes de compra elevados.

Minorista de precio reducido: Ofrecen precios más bajos que el resto de los minoristas, normalmente fruto de un acuerdo con el fabricante por exceso de stock, irregularidades, etc. (SumUp, s/f).

### **Tendencias logísticas**

La logística tuvo sus orígenes al inicio de los tiempos cuando las personas necesitaban almacenar alimentos en sus cuevas. También desde la Antigua Grecia y el Imperio Romano que existían personas encargadas para abastecer al ejército con alimentos (Viu y Castillo, 2022).

Además, el término logísticos puede traducirse por «aquel que sabe calcular». De ahí se deduce la importancia que se daba a estas personas y a sus conocimientos matemáticos. En el ámbito empresarial, la logística ha evolucionado enormemente en las últimas décadas y, sin embargo, se ha mantenido la misma denominación para la definición de funciones muy diferentes (Viu y Castillo, 2022, p.2).

Además, el movimiento de las cargas comerciales internacionales, la apertura de las economías, las cadenas de almacenamiento y la globalización son movimientos vinculados a las tendencias logísticas. Por lo tanto, la mejora en las estrategias comerciales, los costos de los transportes, la calidad del servicio de abastecimiento, producción y distribución (Barbero, 2010) es el resultado de una visión logística. “El resultado de esta visión, que es la que caracteriza a la moderna logística (...), ha sido una tendencia creciente” (Barbero, 2010, p.5).

Un ejemplo de tendencia logística es la llamada digitalización y automatización de las Tecnologías IoT (Internet de las cosas), el *blockchain*, *los Big Data*, la inteligencia artificial (IA) junto con la irrupción del 5G permitirán obtener más datos, más transparentes,

que aporten mayor visibilidad en toda la cadena de suministro y mayor capacidad de anticipar y adaptarse a los cambios (Viu y Castillo, 2022).

Otra de las tendencias relacionadas a la logística, es el consumo, el cual se detallará a continuación.

### **Tendencia en consumo**

Se refiere a las transformaciones en los patrones o comportamientos de compra que se están volviendo populares entre los consumidores en un momento determinado (Conekta, 2023).

Pueden estar impulsadas por varios factores, como cambios en la tecnología, integración del comercio electrónico, la economía actual, la cultura y la sociedad en general a nivel global. Las empresas que conozcan los cambios en el comportamiento del consumidor, podrán adaptarse y responder a sus necesidades y deseos, lo que puede aumentar su competitividad, rentabilidad y satisfacción (Conekta, 2023).

Hay varias tendencias de consumo que están emergiendo o que se han consolidado en los últimos años. Algunas de estas tendencias son:

#### **E-commerce**

El origen de esta tendencia no está completamente claro; sin embargo, existen dos teorías sobre su surgimiento. La primera señala que comenzó con la venta por catálogo a finales del siglo XIX en Estados Unidos, cuando las empresas revolucionaron sus métodos de venta. La segunda teoría sitúa su inicio en el surgimiento del comercio electrónico a principios del siglo XX, bajo la definición de *e-Commerce*, es decir, transacciones comerciales realizadas a través de una red (Reig, 2020).

Es importante destacar que esta tendencia está vinculada a los consumidores que optan por realizar sus compras a través de internet, disfrutando de la comodidad de recibir los productos directamente en sus hogares mediante servicios de envío.

La expansión del *e-commerce* es una tendencia que ha venido para quedarse. Hace unos años, el consumidor final iba a los lugares físicos para adquirir los productos; ahora y cada vez más, las personas compran sus productos desde sus casas y esperan a que estos lleguen lo más rápido posible. En los últimos años, el *e-commerce* estaba creciendo en torno al 20 % anual en nuestro país (Viu y Castillo, 2022, p.4).

Además, esta tendencia tiene relación con el internet, lo cual agiliza la compra y venta del comercio. Rodríguez et al. (2020) informa que:

Este método de compraventa por internet permite a los gerentes entrar en la nueva era del comercio para que puedan cruzar fronteras, mejorando y agilizando sus procesos y en efecto crecer en el mercado. Todo esto, es parte de la innovación de las empresas, Schumpeter (1934) apostaba por la innovación, como un proceso de ejecutar nuevas combinaciones. (p.101)

### **Consciencia y preocupación de gastos**

En medio de la incertidumbre económica global, es común que los consumidores estén planificando cuidadosamente sus presupuestos y delineando sus patrones de gasto para hacer frente a los nuevos desafíos (Bello Olivares, 2024).

El impacto de la inflación y el cambio en las prioridades del consumidor están llevando a las empresas a replantear sus estrategias de venta. Según la encuesta EY Future Consumer Index, las preocupaciones financieras no disminuyen el compromiso del consumidor con la sostenibilidad y la calidad. Los productos deben ofrecer calidad, precios razonables y apoyo al bienestar del consumidor. Además, las empresas deben entender las tendencias generacionales y el uso creciente de medios digitales para desarrollar estrategias de mercado eficaces, (Bello Olivares, 2024). Y entre esos comercios se encuentran los *outlets*, los cuales se desarrollan desde las tendencias mencionadas anteriormente.

## **Tiendas *Outlet***

Un *outlet* es un establecimiento comercial que vende productos a un bajo costo. Dichos productos se venden porque pasaron de temporada en otro país y pueden brindar descuentos significativos en relación con las demás tiendas. Pérez (2021) comenta que los outlets están “enfocados a contar con tiendas de descuento localizados en áreas suburbanas” (p.12).

Estas tiendas inician a mediados de los años setenta en el siglo anterior. Además, es considerado un fenómeno, según Gómez (2020):

Se trata de comercios especializados en la venta de productos, generalmente de la temporada anterior o con algún defecto de fábrica, que se ofrecen a precio muy rebajado. Esta fórmula incrementa la venta de artículos que en otro caso tendrían difícil salida. La palabra *outlet* hace referencia al edificio (p. 25).

También, son centros comerciales “en el que se venden las prendas y mercancías a un precio de descuento, que pueden provenir de *stock* (...) o con defectos y taras” (Ruiz, 2020, p.15). Por lo tanto, las compras son variados desde ropa, calzado, electrodomésticos, muebles. Cabe mencionar que, aunque su creación se dirigía a un público en específicos, cada vez se ha expandido como un mercado mayor y beneficioso para negocios. Lo cual, ha permitido alcanzar clientes de diferentes clases sociales. Por lo tanto, es un mercado que realiza ventas masivas que se expanden a distintos territorios y países (Borbón, 2023).

En Costa Rica el aumento de estas tiendas se debe porque hay muchas personas que al hacer una comparación con el precio-calidad de otras tiendas, consideran que sí vale la pena, que hay un ahorro significativo, que ofrecen mucha variedad en comparación con otros negocios e incluso ofrecen marcas que son reconocidas en el mercado y no solamente versiones genéricas que eso llama mucha la atención de los consumidores (Borbón, 2023, p.31).

En otras palabras, el *outlet* tiene el atractivo de ofrecer productos a distintos tipos de clientes sin importar la zona, clase social o gustos. Es decir, el mercado es amplio y diverso, lo cual permite la apertura de tiendas en todo el país.

Son el paraíso para los compradores compulsivos, acumuladores y revendedores. Las tiendas *outlets* de saldos son una especie de oasis para los consumidores. En sus cajones se desarrolla una búsqueda del tesoro que para muchos también es como una terapia de relajación (Rojas, 2022, párr.1).

Los *outlets* son una opción para clientes que buscan productos a precios accesibles, también ofrecen posibilidades de ahorrar dinero en productos de calidad; sin embargo, se debe tomar en cuenta las políticas de devolución de cada tienda que se visita.

### **Origen de los *outlets***

El *outlet* surgió en Estados Unidos en los años 60: “La estrategia comercial de los “outlets” nació en Estados Unidos en la década del 60 como una acción tomada por las grandes tiendas de ropa para evacuar los inventarios de prendas cuyas colecciones ya habían pasado de moda o tenían pequeños defectos” (González,2016, párr.1). Además, en los años 70’s “el Concepto OUTLET, nació en los Estados Unidos de Norte América en los años 70, como pequeñas tiendas para dar salida a los *stocks* de temporada o para artículos excedentes de las empresas” (Alfaro, 2007, p.4).

Así a lo largo de los 80’s y 90’s comenzaron a crearse los *outlets malls*, o sea complejos edificios albergando a firmas enfocadas en la venta directa de fábrica a precios promocionales. Ofrecían, generalmente, artículos de temporadas pasadas y producción residual (Navarro, 2019, párr.2).

También, “la ola llegó a Canadá a finales de los 80’s con la apertura del *Dixie Outlet Mall en Mississauga*, seguida por el *Vaughan Mills (2004)* en *Vaughan* y el *Toronto Premium Outlets (2013)*” (Navarro, 2019, párr.4).

En Costa Rica, a mediados de 1999, se abre el único lugar existente con este término era el *Outlet Mall* ubicado en San Pedro de Montes de Oca (Actualmente se llama American Mall por las modificaciones que ha tenido su razón social), pero este comercio no introdujo la modalidad al comercio costarricense como debía ser, por lo que, se dio una inadecuada información (Alfaro, 2007, p.4).

Analizando el concepto e inicios de *outlets*, se debe desarrollar cuáles los tipos de existen. Estos se explican en el siguiente apartado.

### **Tipos de *outlets***

Los tipos de outlets existentes se llaman fabricantes, independientes y en línea.

#### ***Outlets de fabricantes***

Los *outlets* de fabricantes, también conocidos como *outlets* de fábrica o *factory*, son tiendas operadas directamente por los fabricantes y marcas. “En estos establecimientos se venden productos que pueden ser excedentes de producción, artículos con ligeros defectos o productos de temporadas anteriores” (Fénix, 2024, p.8).

Características de los *outlets* de fabricantes:

Productos directos de fábrica: La mercancía proviene directamente del fabricante, lo que garantiza la autenticidad y la calidad del producto.

Precios reducidos: Los precios son considerablemente más bajos en comparación con las tiendas minoristas tradicionales, debido a que se eliminan intermediarios y se venden artículos que de otro modo no se comercializarían (Fénix, 2024, párr.9)

#### ***Outlets Independientes***

Además de las tiendas fabricantes, están las independientes, “estas tiendas adquieren sus productos de diversas fuentes, como liquidaciones de otras tiendas, excedentes de inventario, productos de alimentación y cosmética próximos a caducar y productos descatalogados” (Fénix, 2024, párr.10).

Características de los *outlets* independientes:

Variedad de marcas: Ofrecen una amplia gama de productos de diferentes marcas, lo que puede atraer a una base de clientes más diversa.

Novedades constantes: Los clientes acuden de forma habitual para conocer las novedades de cada semana y encontrar chollos antes de que se agoten.

Flexibilidad en el inventario: Tienen la capacidad de ajustar su inventario según la demanda. (Fénix, 2024, p.11)

### ***Outlets Online***

Los *outlets online*, también, destacan ofrecer descuentos de forma constante y combinar varios modelos de negocio. “Sin embargo, este tipo de negocios suelen enfocarse en productos de tecnología y marcas de ropa, siendo menos habitual encontrar productos de primera necesidad” (Fénix, 2024, párr.13).

“Plataformas como *Amazon Outlet*, *Zalando Privé* son ejemplos de cómo los grandes *players* del comercio electrónico dan salida a su mercancía con precios de liquidación (Fénix, 2024, párr.14).

### **Productos**

Según la Real Academia Española (2024), producto se define como “Cosa producida, artículo, obra, fruto, manufactura, resultado, genero, elaboración” (párr.1). En los *outlets*, se encuentran gran variedad de productos dentro de los cuales podemos mencionar:

#### **Tipos de productos de importación tipo *outlet***

Alimentos, suplementos para deportistas y para niños, medicamentos, cremas para el cuerpo, maquillaje para el rostro y fórmulas para blanquear los dientes. También, ropa, zapatos y electrodomésticos de todo tipo (Alvarado, 2023).

También, según (Alvarado, 2023) “la variedad de productos que importan las tiendas conocidas como *outlets* es amplia. Por otro lado, hay productos como refrigeradoras y microondas.

### **Tiendas tipo *outlet* en el cantón de Montes de Oca**

El cantón de Montes de Oca, ubicado en la provincia de San José, Costa Rica, se caracteriza por ser un área con una mezcla de urbanización, historia cultural y educación. Tiene una extensión aproximada de 15.16 km<sup>2</sup> y limita con los cantones de San José, Goicoechea, Curridabat y La Unión (de Información Geográfica, 2024).

Por otro lado, el sector servicios domina la actividad económica, con un fuerte énfasis en el comercio, educación y actividades financieras (de Información Geográfica, 2024). Asimismo, alberga diversas oficinas corporativas, gubernamentales y gran variedad tiendas tipo *outlet*. Algunos ejemplos destacados son:

1. Expo *Outlet*
2. *Outlet* La Rotonda
3. *Outlet American Premium*
4. Pura moda *Outlet*
5. *Outlet Center*
6. Los Peñitos *Outlet* Tienda
7. Extreme *Outlet*
8. Mango *Outlet*

### **Ventajas de los *outlets***

Según la Real Academia Española (2024), las ventajas son “superioridad o mejoría de alguien o algo respecto de otra persona o cosa (párr.1). En el caso de los *outlets* al brindar tantas posibilidades de compras tienen sus beneficios, los cuales son, según Choix (2024):

### **Variedad sin Límites**

Ofrecen una amplia gama de productos de marcas reconocidas y de alta calidad. Desde calzado de última tendencia hasta prendas de vestir que reflejan tu estilo personal, aquí encontrarás todo lo que necesitas para actualizar tu guardarropa, ¡y más! La diversidad de opciones asegura que cada visitante encuentre algo que se adapte a sus gustos y necesidades (párr.2)

### **Calidad Garantizada**

A pesar de los precios reducidos, la calidad de los productos en los *outlets* no se ve comprometida. Las marcas de renombre se esfuerzan por mantener altos estándares, lo que significa que puedes confiar en la durabilidad y el rendimiento de cada artículo que adquieras. Esta combinación de calidad y asequibilidad es simplemente incomparable (párr.4).

### **Experiencia de compra excepcional**

Los *outlets* no solo ofrecen productos de calidad a precios atractivos, sino que también proporcionan una experiencia de compra única y emocionante. Ambientes espaciosos, servicios adicionales y una atmósfera vibrante hacen que cada visita sea memorable. Además, el personal capacitado está siempre dispuesto a ayudar a encontrar lo que necesitas, asegurando una experiencia satisfactoria en cada paso del camino (párr.5).

### **Ventaja competitiva**

En Iblevel (2021) se mencionan algunas ventajas competitivas como las siguientes:

La empresa vendedora gana porque de esta manera logra recuperar al menos el coste de producción o el coste de adquisición del producto, o incluso, sacarle un modesto beneficio. Evidentemente, lo ideal sería sacar un beneficio mayor, pero la realidad es que a menudo se acumulan *stocks* en el almacén y en esos casos es preferible hacer limpieza para no frenar la cadena de producción y la rotación de los productos. (párr.3)

Los *outlets* también se presentan como un modelo de negocio socialmente responsable. En lugar de desechar una gran cantidad de productos, se les da una nueva vida mediante este formato, contribuyendo así a reducir el impacto medioambiental de los procesos de producción y distribución (párr.4).

Los distribuidores mayoristas y fabricantes también se pueden beneficiar de los outlets. Tienen dos opciones: (1) Pueden ampliar su catálogo de servicios mediante la creación de un comercio de *outlet online (u offline)* de artículos que quieran liquidar. O, si lo prefieren, pueden (2) vender lotes enteros de dichos artículos a precio hiper-reducido y vendérselos a otras empresas especializadas en liquidaciones (párr.5).

Y por supuesto, ganan los clientes. Mediante los *outlets*, cuyos descuentos pueden ascender a la estratosférica cifra de -90%, pueden comprar artículos de primera calidad, de primeras marcas o de primera necesidad que en otras ocasiones quizás no podrían permitirse por su elevado precio (párr.6).

### **Precios con descuento**

Este tipo de centros establece siempre, durante todo el año, descuentos mínimos que por ley tienen que ser del 30% al 70%. Además, es cierto que, junto con el producto de temporadas pasadas, puedes encontrar también un porcentaje de producto con tara. Si es así, no debe exceder del 15% del total de la tienda y debe venir correctamente etiquetado y marcada la tara (párr.3).

Se encuentran primeras marcas con grandes descuentos, aunque correspondan con temporadas anteriores. Además, muchas de las marcas son de corte clásico, por lo que son el lugar perfecto para hacerse con marcas que no pasan de moda y para equipar, con calidad, nuestro fondo de armario (párr.4).

Otra ventaja relacionada a los *outlets* es el consumo minorista que se explicará a continuación.

### **Consumo minorista**

Los *outlets* están conformados por los mercados minoristas, los cuales permiten tener un contacto directo con el cliente final. “El comercio minorista consiste en crear un entorno que refleje el aquí y el ahora: tendencias actuales, movimientos, direcciones estéticas, lo que sea que esté a aire en un momento dado” (Blasco, 2020, p.66).

El consumidor minorista tiene contacto con el personal, el valor de los productos, el entorno de las tiendas que visita, las variedades, tramitación de reclamo.

Los atributos que más afectan la decisión de compra de un cliente son la profundidad y la amplitud de la cartera de productos; la iluminación, la música y la temperatura dentro de la tienda; los productos a precios bajos; las promociones visualmente agradables; el conocimiento y las características del personal de ventas, la distancia de la tienda minorista a la casa, la conveniencia en el pago de facturas (Bohorquez, et al., 2020, p.77)

Por lo tanto, los *outlets* deben ofrecer beneficios a los compradores y desarrollar experiencias de compras agradables, para ganar clientes, los distribuidores deben ofrecer productos y experiencias innovadoras mejores que el de los competidores (Gómez y Schmiótz, 2019). Además, la mejora continuar debe ser parte de estos mercados minoristas.

La gestión empresarial y mejora continua de la calidad de los servicios en el comercio minorista constituyen un elemento indispensable para el desarrollo exitoso de esta actividad (Montro, et al., p.306).

También, la comercialización, fijación de precios, distribución y diseño de las tiendas son importantes para el éxito en un entorno tan competitivo en el mercado (Montero, et al., 2020). Cabe señalar que estos mercados generan impactos económicos en los países.

De este modo, el impacto económico es bastante significativo, ya que pueden generar empleo en diferentes sectores y niveles de habilidad. Además, los centros comerciales a menudo atraen inversión, tanto de empresas locales como internacionales, lo que puede tener un efecto positivo en el crecimiento económico y el desarrollo regional. Al mismo tiempo, (...) pueden aumentar la actividad económica local. (Liu, 2022, p.5)

### **Licencia Social**

La licencia social es un proceso para lograrla la aceptación y aprobar los grupos de interés que operan en un proyecto. “El concepto de “licenciamiento social” se entiende como el proceso por medio del cual se logra la aprobación de los grupos de interés” (Bustillo, 2018, p.142).

En consecuencia, mientras que las comunidades y la sociedad civil están dispuestas a ver una licencia social en términos de una relación dinámica y continua entre la compañía y sus grupos de interés, los reguladores ven la licencia en términos de un

permiso formal, ligado a tareas y eventos específicos en los cuales el regulador toma el rol central al otorgar la licencia (Bustillo, 2018, p.142).

McDonald, et al. (2020) comenta que la Licencia Social (LSO) se conforma de:

Comunicación continua, mecanismos de resolución de conflictos y una cultura apropiada para la toma de decisiones (...) LSO depende de una reputación corporativa positiva, de la comprensión de la cultura local, del idioma, la historia, la educación de los *stakeholders* y de una comunicación abierta (McDonald, et al., 2020, p.410).

Además, la licencia social tiene un rol de ordenador del territorio, y se relaciona con los servicios, procesos y productos de la gestión para el avance de las generaciones y la socialización del conocimiento, “corrigiendo las asimetrías decisionales, la transparencia de la información y de afectación de las comunidades y ecosistemas no humanos”. Y avanzar también hacia reportes de cumplimiento, rendición de cuentas, verificación externa de los compromisos e incrementar la transparencia” (Rodríguez et al., 2020, p.2908).

### **Desventajas de los *outlets***

Según la Real Academia Española (2024), las desventajas son “mengua o perjuicio que se nota por comparación de dos cosas, personas o situaciones” (párr.1). En este apartado se desarrollarán algunas desventajas de los *outlets*.

#### **Competencia desleal**

La competencia desleal es una de las desventajas de los *outlets*, ya que venden los productos a un precio inferior al mercado. León y Martillo (2021) comenta que:

La deslealtad se encuentra en el precio inferior en el mercado con relación a la marca original, aunque en principio se percibe como irrelevante, implica profundos cambios

¿Cuál es la reacción natural de los usuarios? Adquieren el producto que coincide con las expectativas de precio, calidad y presentación, paulatinamente desplaza la competencia del mercado, por ello es una práctica desleal. (León y Martillo, 2021, p.17)

La cámara de Comercio de Costa Rica (CCCR) a través de su Observatorio Ilícito (OBCI), comentó que existe una preocupación por el crecimiento “descontrolado” de los *outlets* en el país. Según denuncian, estos locales incurren en prácticas de competencia desleal que amenazan la existencia de las pequeñas y medianas empresas que perjudican la recaudación fiscal y ponen en riesgo la salud de consumidores (Alvarado, 2024).

Esta denominación es cuando se ofrecen productos a un precio inferior al de la marca original; la reacción natural de los clientes es inclinarse a adquirir productos. Sin embargo, no se garantiza el nivel de calidad o permisos sanitarios; esto es un riesgo para el consumidor. En dicha dinámica es frecuente que los usuarios asocien la calidad con el valor de los productos. (León y Martillo, 2021) Además, León y Martillo (2021) comentan que esta competencia se destaca por la “movilidad de mercancías, escasos factores productivos, libertades reducidas, no se conoce satisfactoriamente el mercado” (León y Martillo, 2021, p.17).

Del mismo modo, la competencia desleal “se trata de otro de los frecuentes casos en los que un competidor pretende aprovecharse del esfuerzo ajeno, con la particularidad de que ese aprovechamiento se concreta a través de la explotación de la reputación de otro competidor” (Grión, 2023, p.59).

En la misma línea de esta competencia, otro de sus significados es que influyen la compra del producto, la ubicación beneficiosa de la economía en el mercado. Tanto la competencia desleal como las prácticas comerciales protegen los intereses del mercado. Sin embargo, la competencia desleal tiene un objetivo más, que es la protección de los competidores y consumidores.

Además, lo anterior repercute, considerablemente, la compra de un producto, la ubicación beneficiosa de un sujeto económico en el mercado cuando esta se derive de la

vulneración de los principios éticos y morales que dirigen las actividades comerciales (Corte Constitucional de Colombia, 2013). Tanto la competencia desleal como las prácticas comerciales restrictivas protegen los intereses generales del mercado, sin embargo, la competencia desleal tiene un objetivo más específico que es la protección de los competidores y consumidores en el mercado (Grión, 2023)

### **Evasión fiscal**

Otra de las desventajas de los *outlets* es la evasión fiscal, la cual se detallará y explicará a continuación. El pago de impuestos en los países es un mecanismo que mantiene y fortalece la política fiscal del gobierno, lo cual permite conservar y mejorar al Estado mediante esta tributación. Mejía, et al. (2019) comenta que:

La política tributaria se considera primordial en los planes de desarrollos del Estado.

Los tributos son ingresos que el Estado perciben de los contribuyentes en forma de impuestos, tasas, contribuciones especiales para financiar servicios públicos. Estos tributos generan mayor fortalecimiento a los servicios públicos por lo cual es importante su recaudación porque con ello se satisfacen las necesidades básicas de la sociedad (p.1148).

Sin embargo, hay instituciones que evaden este pago a pesar de conocer que es obligación realizarlo; a esto se le llama evasión fiscal. “Es una práctica ilegal que consiste en no pagar los impuestos por medio de la falsificación o manipulación de la información. Esto con el motivo de reducir la tributación de manera ilícita” (Paredes y García, 2021, p.75). También, “la evasión fiscal ocurre cuando un ciudadano viola las normas jurídicas de manera consciente, deliberada o de manera abierta, o por desconocimiento” (Paredes y García, 2021, p.76).

Pero, definitivamente, la carencia de una educación tributaria efectiva permite el incremento de estos factores. Es decir, que los contribuyentes pagan sus impuestos solo porque es obligado por ley o porque si no serán sancionados, mas, no porque

creen que al realizar el pago de sus impuestos mejorara la calidad de vida de la sociedad. (Mejía, et al., 2019, p.1156).

En otras palabras, se entiende que la evasión fiscal consiste en el incumplimiento consciente y voluntario del pago de un impuesto; de allí que la persona que incurre en esto comete un acto ilícito contemplado como delito.

Por consiguiente, no se trata de la morosidad del pago de impuestos, sino del ocultamiento, simulación o manipulación, con el propósito de evitar o disminuir la cancelación de tributos más allá de lo que permite la ley. Está mayormente vinculada con tres (3) obligaciones trascendentales: Inscribirse en Hacienda, llevar contabilidad en debida forma y pagar los tributos. (Miranda, 2021, p. 91)

En Costa Rica existen *Outlets* que han irrespetado el pago de tributación, por ejemplo, una noticia señala que hay *outlets* con inconsistencias en las mercancías. Esta noticia se describe en el siguiente texto:

Las acciones de este jueves en los “outlet” se suman a las realizados por el SNA en octubre y noviembre del 2022, en las que a este mismo tipo de empresas importadoras se les retuvo 55.348 kilos de mercancías, equivalente a unos 10 contenedores completos. En aquel momento, Aduanas determinó inconsistencias en mercancías, entre ellas productos alimenticios o de belleza no declarados, no pago de tributos, productos vencidos e incumplimiento de permisos de importación (Ministerio de Hacienda, 2022, p.2)

De ahí la importancia, de analizar qué hacen los comercios e instituciones del país para impedir esta evasión fiscal. Otra de las desventajas presentes es la subfacturación, dicho concepto se detallará a continuación.

## **Subfacturación**

La subfacturación es la “acción de declarar en la factura correspondiente un precio de compraventa inferior al efectivamente pagado en la transacción” (Fernando, 2020, p.145).

Esta, también, es un fenómeno donde los impuestos pierden valor, además, Pedroni y Briozzo (2019) comentan que lo que provoca la subfacturación es:

Corrupción, regulación y burocracia, calidad de los servicios públicos y gubernamentales, probabilidad de detección, informalidad del sector e inestabilidad política. De esta forma, se brinda sustento a la escuela de pensamiento que responsabiliza a las instituciones políticas y sociales que regulan la economía como causantes de la informalidad (Pedroni y Briozzo, 2019, p.34).

Una declaración de la mercancía por un valor inferior al de la transacción, con el fin de disminuir su base imponible. Este fenómeno permite a las empresas ilegales ofrecer mercancías y productos a un menor precio, impactado al mercado legal. Esto es desfavorable para las empresas, ya que, disminuye la capacidad de trabajo, ocasionando pérdidas económicas como el desempleo y cierre de las mismas (Montoya, 2020).

Además de la subfacturación, se encuentra la deficiencia aduanera descrita en el siguiente apartado.

## **Deficiencia en el control aduanero**

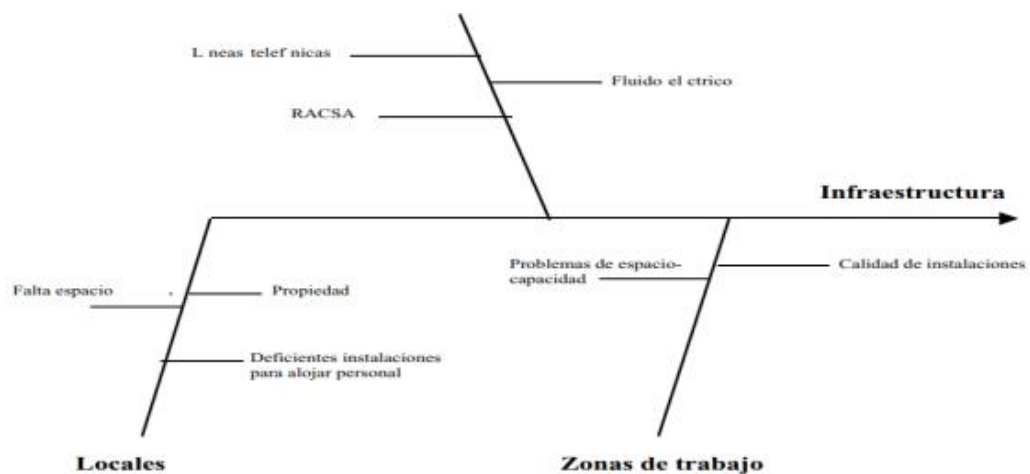
La deficiencia en el control aduanero es una desventaja y “una de las deficiencias aduaneras es la falta de personal y grupos operativos para realizar un buen control” (Lázaro y Alcalá, 2022, p.60).

Además, por ejemplo, en Costa Rica, una de las deficiencias existentes es la infraestructura, según Abarca y Rodríguez (2019):

El mayor problema en infraestructuras se da en las aduanas fronterizas, las cuales muestran muchas deficiencias estructurales, de seguridad, iluminación y bodegas sin espacio. Lo cual genera un problema para los trabajadores. La Contraloría General de la República, en su Libro Blanco, escrito por Juan Carlos Barahona, explica mediante un diagrama los problemas estructurales. (p.73)

En la siguiente figura se detalla un diagrama como los principales problemas en el área de infraestructura.

### **Ilustración 2.** Principales problemas en el área de infraestructura



*Nota.* Figura tomada de Abarca y Rodríguez (2019)

Con respecto a esta problemática, Céspedes (2022) informa que las dificultades en las aduanas de Costa Rica se deben a la infraestructura que incide de manera negativa al comercio, además, condiciones inadecuadas de carretera, edificaciones defectuosas. También, carencias en los equipos de seguridad, cámaras de seguridad y agujas de paso para los transportistas, la iluminación primaria no es la adecuada, entre otros (Céspedes, 2022).

## Procedimientos

Otro de los puntos relacionado a este trabajo de investigación son los procedimientos que se llevan en el control aduanero, como sus tipos, importaciones definitivas, mecanismos para la aplicación de controles y regímenes.

Para iniciar con la descripción de dichos procesos se explica cuál es el concepto de procedimiento, y este “constituye una herramienta para la investigación que permite la exploración (...) desde diferentes perspectivas y variados niveles de análisis, según los intereses” (p.8).

Por lo tanto, uno de los procedimientos en esta tesis es el control aduanero que se detallará a continuación.

### Control aduanero

Los controles aduaneros permiten aplicar la intervención aduanera para evitar actividades ilícitas. En la Ley General de Aduanas se menciona que:

El control aduanero es el ejercicio de las facultades del Servicio Nacional de Aduanas para el análisis, la aplicación, supervisión, fiscalización, verificación, investigación y evaluación del cumplimiento de las disposiciones de esta Ley, sus Reglamentos y las demás normas reguladoras de los ingresos o las salidas de mercancías del territorio nacional, así como de la actividad de las personas físicas o jurídicas que intervienen en las operaciones de comercio exterior (p.11).

Este control puede ser inmediato, *a posteriori* o permanente, el inmediato se ejerce sobre las mercancías desde su ingreso al territorio aduanero o desde que se presenten para su salida y hasta que se autorice su levante. El *a posteriori*, se ejerce con respecto a los actos derivados de declaraciones aduaneras, obligaciones tributarias, pagos de tributos. Y el

permanente se ejerce en cualquier momento con respecto del cumplimiento de sus requisitos de operación, deberes y obligaciones (Ley General de Aduanas, 1996).

Por lo tanto, el cumplimiento de este tipo de controles, establecen legalmente la condición de evitar actividades incorrectas o favores a terceros, es decir, que el:

Termino[*sic*] control, debemos entenderla[*sic*] como la forma de acción establecida legalmente que tiene como fin que la autoridad en su condición de ente rector, que el operador cumpla entre otras, con el pago de tributos y el de evitar que obtengan beneficios o provechos de carácter particular o en favor de terceros con relevancia de perjuicio fiscal (Falcolini, 2019, p.26).

Los controles aduaneros permiten la revisión de la mercancía que entran al país, por lo tanto, el cumplimiento de estas normas en los negocios nacionales que importan debe cumplirse, entre esos negocios están las tiendas *outlet*. Además, en este control se exige el pago de impuestos al ingresar al país. Relacionado a este control están sus tipos que se explicarán a continuación.

### **Tipo de controles aduaneros**

Después del análisis de los controles aduaneros, se debe detallar el artículo 22 y 23 de la General de Aduanas, el cual menciona sobre el significado del control aduanero sus modalidades.

Artículo 22 Control aduanero:

El control aduanero es el ejercicio de las facultades del Servicio Nacional de Aduanas para el análisis, la aplicación, supervisión, fiscalización, verificación, investigación y evaluación del cumplimiento de las disposiciones de esta Ley, sus Reglamentos y las demás normas reguladoras de los ingresos o las salidas de mercancías del territorio

nacional, así como de la actividad de las personas físicas o jurídicas que intervienen en las operaciones de comercio exterior (p.5).

Los tipos de control se desarrollan en el siguiente artículo 23 del Control Aduanero, estos se llaman inmediato, *a posteriori* y permanente.

1. El control inmediato se ejercerá sobre las mercancías desde su ingreso al territorio aduanero o desde que se presenten para su salida y hasta que se autorice su levante.
2. El control *a posteriori* se ejercerá respecto de las operaciones aduaneras, los actos derivados de ellas, las declaraciones aduaneras, las determinaciones de las obligaciones tributarias aduaneras.
3. El control permanente se ejercerá en cualquier momento sobre los auxiliares de la función pública aduanera, respecto del cumplimiento de sus requisitos de operación, deberes y obligaciones.

### **Mecanismos para la aplicación de los controles aduaneros**

Borbón (2023) menciona en su tesis que los mecanismos para la aplicación de los controles aduaneros son aplicados en todo el territorio nacional, tanto en el espacio marítimo como aduanero. También, todas las fronteras son sometidas a la jurisdicción aduanera, la cual favorece el comercio exterior y con ello evitar situaciones irregulares en el comercio.

Es importante recalcar que los nuevos mecanismos de control y la transformación de la legislación actual, surgieron en principio para cubrir las necesidades de índole social y político, sin embargo, la aplicación de las nuevas políticas está impulsando el crecimiento económico del país (Nedelcu, 2016, p.27).

### **Regímenes del control aduanero**

Los regímenes del control aduanero, según la Ley General de Aduanas, son los siguientes:

- a) La Constitución Política

- b) Los tratados internacionales y las normas de la comunidad centroamericana
- c) Las leyes y los demás actos con valor de ley
- d) Los decretos del Poder Ejecutivo que reglamentan las leyes y los de los otros Supremos Poderes, en materia de su competencia.
- e) Los demás reglamentos del Poder Ejecutivo
- f) Las demás normas subordinadas a los reglamentos

Las normas no escritas, como la costumbre, la jurisprudencia, la doctrina y los principios del derecho servirán para interpretar, integrar y delimitar el campo de aplicación del ordenamiento escrito y tendrán el rango de la norma que interpretan, integran o delimitan.

Cuando se trate de suplir la ausencia de las disposiciones que regulan una materia y no la insuficiencia de ellas, esas fuentes tendrán rango de ley.

Las normas no escritas prevalecerán sobre las escritas de grado inferior (p.1).

Conocer estos regímenes permiten desarrollar los procesos del comercio exterior, sus entradas y salidas del territorio costarricense.

### **Clasificación arancelaria**

El Arancel Centroamericano de Importación está constituido por el Sistema Arancelario Centroamericano (S.A.C.) y los correspondientes a los Derechos Arancelarios a la Importación (D.A.I.). Cabe mencionar que el código numérico del S.A.C. está representado por ocho dígitos que la identifican, además, las mercancías siempre se marcarán con los ocho dígitos de dicho código numérico (Sistema Arancelario Centroamericano, 2022). Estos dígitos se desarrollan de nomenclaturas.

En resumen, las Notas de la Nomenclatura se caracterizan por impulsar la correcta interpretación de los textos de los niveles de designación y codificación (clasificatorios), mediante una redacción concisa, evitando hasta donde sea posible, la repetición de los textos mercadológicos, sin que, por ello, se pierda precisión o exactitud. Es decir, para interpretar correctamente la Nomenclatura es necesario adicionar al nivel de cada posición o partida (Monge y Arce, 2017, p.27).

### **Valor aduanero de mercancías**

El valor en aduana de las mercancías es un aspecto fundamental en el comercio internacional; tanto para los declarantes, por ser una manera de transparentar las operaciones bajo el principio de la buena fe, y para la autoridad aduanera, porque representa la base imponible de los derechos arancelarios a la importación y la mayoría de los tributos a los que afectan las mercancías que se importan, lo cual es importante para la hacienda pública. (Ministerio de Hacienda, 2000). Además, “en ellos se desarrollan una serie de métodos de valoración” (2017, p. 5)

Además, “el valor aduanero de las mercancías importadas será el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar por las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación” (Manual De Notas Técnicas De Importación Y Otros Trámites Previos A La Importación, 2007, p.10).

### **Declaración del valor aduanero**

Es un formulario que contiene información referente a la transacción comercial de compraventa de mercancías. Este formulario debe ser llenado y firmado por el importador, bajo juramento. La aduana podría solicitarlo antes, durante o luego de la importación. (CACEX, 2020).

## **Tratados comerciales**

Los TLC corresponden a instrumentos de la política comercial que adoptan los países para normar las relaciones con sus socios comerciales. Estos documentos pueden incluir temas de inversión, contratación pública, propiedad intelectual, medidas de defensa comercial, procedimientos aduaneros, entre otros, siendo el principal el tema de la disminución de los aranceles de las mercancías. (CACEX, 2020).

La literatura sobre el comercio internacional tradicionalmente destacó los beneficios que reporta el comercio que se realiza en un sistema multilateral. Además, el peligro que puede suponer los acuerdos preferenciales o regionales en la medida que pueden implicar una desviación de comercio (Gil et al., 2018, p.29).

Los acuerdos internacionales se rigen por la relación comercial entre los contratantes. La finalidad de estos instrumentos es el intercambio comercial y la inversión, al establecer reglas claras y transparentes que brinden seguridad comercial y confianza (Ministerio de Hacienda, 2011).

En Costa Rica, por ejemplo, los principales objetivos son:

Establecer zonas de libre comercio, con el fin de mejorar la oferta exportable a nuevos mercados. Eliminar barreras arancelarias y no arancelarias, así como otras medidas que restrinjan las exportaciones. Incrementar y promover la competencia, mejorando la competitividad productiva de bienes y servicios (Ministerio de Hacienda, 2011, p.4).

## **Importaciones**

Las importaciones son una estrategia de mercados internacionales que busca desarrollar beneficios a los países (Huesca, 2012). Además:

La importación es una estrategia de mercados internacionales que poco se busca desarrollar, pero, que sin duda alguna, es una parte importante que le permite a cualquier nación acercarse los adelantos tecnológicos de otros países, y una de las áreas con beneficios invaluable es el área médica (Huesca, 2012, p.73).

Del mismo modo, “es la introducción legal de mercancías procedentes del exterior para su uso o consumo en el territorio aduanero nacional, previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras y las de otro carácter que sean necesarias” (p.9).

### **Registro como importador**

Con respecto a un registro de importador, esta se es una guía que “presenta al importador y aspirante a importador persona física, todos los pasos necesarios para importar mercancías al país, brindándole acceso a los trámites requeridos y servicios disponibles para cada etapa del proceso” (Ministerio de Hacienda, 2024, párr.1)

### **Importaciones definitivas**

Las importaciones pueden ser tipo definitivas, las cuales son estrategias de mercados que buscan desarrollar al país con artículos que satisfacen las necesidades de los clientes. Cabe mencionar que, “la importación de mercancías es definitiva, cuando previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras correspondientes, son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario (Huesca, 2012, p.74).

En el artículo 11 de la Ley General de Aduanas se informa que las importaciones definitivas, es la entrada de mercancías de procedencia extranjera o nacional, que cumplen con formalidades y requisitos legales, reglamentarios y administrativos para el uso y consumo en el territorio nacional. La importación o exportación definitiva Corresponde al Régimen aduanero donde se da la entrada o salida de mercancías provenientes del extranjero” (Juárez, 2019, p.24).

Cabe mencionar que, la principal institución que fiscaliza que se cumplan con las disposiciones, requisitos y obligaciones, es el Ministerio de Hacienda basado en lo establecido en la Ley General de Aduanas (Juárez, 2019). Sin embargo, hay empresas como los *outlets* que practican la evasión fiscal, tema relacionado a las importaciones definitivas, porque en dichas empresas, al producirse la importación, algunos comercios no cumplen con lo establecido en las normas aduaneras.

### **Agente de aduanero**

Se trata de un profesional auxiliar de la función pública aduanera, autorizado por el Ministerio de Hacienda para actuar, en su carácter de persona natural, cumpliendo con las condiciones y requisitos establecidos en el Código Aduanero Uniforme Centroamericano y la Ley General de Aduanas. Su labor consiste en la prestación habitual de servicios a terceros en trámites, regímenes y operaciones aduaneras (Artículo 33, Ley General de Aduanas).

### **Documentos de importación**

Los documentos de importación son necesarios para llevar a cabo un proceso legal de envío de mercancías de un país a otro. Además, garantizan el cumplimiento de las regulaciones internacionales. Estos documentos son obligatorios, es decir, que siempre que se haga un proceso de importación es necesario presentarlos para ser aceptado por la Dirección General de Aduana (Borbón, 2023, pp.52-53).

Entre los documentos que se requieren en Costa Rica para la importación:

1. Registro de firmas autorizadas para el endoso de facturas y para la firma de la Declaración de Valor, debidamente autenticada por un abogado.
2. Fotocopia certificada de la cédula física (por ambos lados) o jurídica.
3. Deberán presentar dos *diskettes* nuevos, de alta densidad, debidamente etiquetados con el nombre del importador, donde se cargará la ficha informativa que contiene las instrucciones sobre la información que dicho importador debe

suministrar, así como el manual de usuario (Transmisión electrónica de desalmacenaje).

4. En caso de que el importador no pueda realizar los trámites personalmente, debe otorgar a quien realice los trámites en su nombre, una autorización certificada por un abogado para la entrega y recepción de *diskettes*. (Manual De Notas Técnicas De Importación Y Otros Trámites Previos A La Importación, 2007, p.11).

### **Declaración Única Aduanera**

Declaración Única Aduanera (DUA) de importación es un documento que tiene como objeto presentar las descripciones, pesos, valores, clasificaciones arancelarias, entre otros de los productos a importar. Es elaborada por una agencia aduanal o agente aduanero.

Existe también la Declaración Única Centroamericana (DUCA), es un documento que está conformado por las tres principales declaraciones aduaneras que ampara el comercio de mercancías en Centroamérica (Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana, 2024).

La DUCA integra el Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA), que se utiliza para el comercio intrarregional de mercancías originarias; la Declaración para el Tránsito Aduanero Internacional Terrestre, conocida como DUT, empleada para el tránsito internacional terrestre de las mercancías en Centroamérica; y la Declaración de Mercancías, también conocida como DUA o DM, utilizada para el comercio con terceros países fuera de la región (Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana, 2024).

Cabe mencionar que la DUCA tiene tres modalidades:

1. La DUCA-F se deberá emplear para el comercio de mercancías originarias de la región centroamericana.
2. La DUCA-D se debe emplear para la importación o exportación de mercancías con terceros países fuera de la región centroamericana.

3. La DUCA-T se debe emplear para el traslado de mercancías bajo el régimen de tránsito internacional terrestre (Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana, 2024).

### **Factura comercial**

La factura será título ejecutivo contra el comprador por la suma en descubierto, si está firmada por este, por su mandatario o por su encargado, debidamente autorizado por escrito y siempre que se le agregue timbre fiscal en el acto de presentarla al cobro judicial. El valor del timbre será el que correspondería a un pagaré y se cargará al deudor como gastos de cobro. La suma consignada en una factura comercial se presume cierta y las firmas que la cubren, auténticas. (Centro de Información Jurídica en Línea, 2013).

Detalle de mercaderías, precio y cantidades que un vendedor remite al comprador en virtud de una operación comercial. En asuntos ganaderos, documento autorizado por Tributación Directa que acredita la lícita adquisición y la negociación de productos y subproductos del ganado en el acto de su transporte, movilización, compra, venta y negociación (Poder Judicial, 2020, párr.1).

### **Lista de empaque**

Relacionado al tema de los documentos, está la lista de empaque, el cual “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” (Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX), 2016, p.6).

Además, hace referencia a que esta es una lista con todo lo que guarda el contenedor. (...) se tiene un respaldo de las mercancías que se han cargado en este, en esta lista deben incluirse las cantidades, marcas, medidas, forma de embalaje, entre otros. La lista de empaque es fundamental, ya que en las revisiones de aduana es más fácil y si

existe algún daño o error en la digitación del documento debe venir incluido error en la digitación del documento debe venir incluido. (Hernández, 2023, p.46)

### **Conocimiento de embarque**

Este conocimiento es un “documento que da cuenta del contrato entre el expedidor y la empresa de entrega rápida. En este documento el remitente declara detalladamente el contenido, descripción, precio y el flete total de las mercancías” (Ministerio de Hacienda, 2021, p.28).

### **Certificado de origen**

Es un requisito para exportar bajo las condiciones de algún TLC o SGP. 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 (Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX), 2016, p.6).

### **Notas Técnicas**

Las notas técnicas corresponden a permisos que deben tramitarse en determinadas dependencias del Estado y que son necesarias para llevar a cabo la exportación o importación de un bien, algunas de ellas corresponden al: Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Seguridad Pública y Ministerio de Ambiente y Energía. La competencia de cada una de ellas dependerá de la mercancía por exportar o importar (CACEX, 2020, p.11).

Además, se conoce como los requisitos no arancelarios o autorizaciones preestablecidos por la institución rectora mediante leyes y decretos, que avalan el ingreso o salida de las mercancías del o al territorio nacional.

### **Certificado sanitario o fitosanitario.**

De acuerdo con el Decreto Ejecutivo n.º 38415 (2014) es un: “documento emitido por la Autoridad competente del país exportador o reexportado que hace constar la condición sanitaria o fitosanitaria de los envíos o mercancías”. Este documento lo realizará el Ministerio de agricultura o Ganadería (MAG) el cual es el certificado fitosanitario y, por otro lado, el Servicio Nacional de Salud Animal (Senasa) que es el certificado sanitario.

Productos de interés sanitario que se deben registrar ante el Ministerio de Salud, si corresponde a alimentos, cosméticos, equipo y material biomédico, medicamentos, plaguicidas, productos naturales, productos para la higiene y productos químicos peligrosos. (CACEX, 2020).

Además, los productos de la pesca deben encontrarse registradas en el Servicio Nacional de Salud Animal (SENASA) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). Asimismo, se deben gestionar los permisos de importación de especies de fauna y flora de vida silvestre en el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE). (CACEX, 2020).

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **Enfoque**

#### **Cualitativo**

Para Hernández *et.al* (2018), la investigación cualitativa estudia:

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

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

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

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

En el contexto del análisis de la tendencia en las importaciones tipo *outlet* para el mercado costarricense desde el 2020 al 2023 en el cantón de Montes de Oca, este enfoque cualitativo es el que mejor se adapta. Dado que el mercado de importaciones tipo *outlet* puede estar influenciado por diversos factores económicos, sociales y culturales.

Un enfoque cualitativo puede permitir entender mejor el desarrollo de esta actividad comercial y cómo estas influencias afectan las importaciones tipo *outlet*, además a medida que se recolectan y analizan datos, se pueden generar nuevas teorías sobre los factores que impulsan el mercado de importaciones tipo *outlet* en el cantón de Montes de Oca, lo que contribuirá a un entendimiento más profundo y aplicable al tema de estudio.

Como menciona Barrantes (2002) “este esquema no es el único ni es totalmente rígido. Los investigadores, cuando realizan una investigación cualitativa, no siempre operan siguiendo un mismo esquema de acción predeterminado ni el mismo para todos ellos” (p.154). Por lo tanto, la investigación cualitativa se describe como un proceso sistémico, pero no lineal. Esto implica que el tema de análisis sobre la tendencia en las importaciones tipo *outlet* para el mercado costarricense desde el 2020 al 2023 en el cantón de Montes de Oca puede ser flexible y abierto a ajustar el enfoque según los datos recolectados y los hechos observados, lo cual hace contraste con el enfoque estricto de la investigación cuantitativa.

## **Diseño**

### **Investigación Acción**

Este tipo de investigación indaga al mismo tiempo que se interviene (Sandín, 2003 como se citó en Hernández, et al, 2018), señala que: “la investigación-acción pretende, esencialmente, propiciar el cambio social, transformar la realidad (social, educativa, económica, administrativa, etc.) y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación “(p.552). Se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos y reformas estructurales.

La investigación acción se adapta al tema de investigación sobre el análisis de las tendencias y las ventajas y desventajas de las importaciones de las tiendas tipo *outlet*. Se pueden desarrollar soluciones prácticas y efectivas que mejoren la actividad en el mercado costarricense y se beneficien tanto a los consumidores como a los empresarios. Además, puede permitir adaptarse rápidamente a los cambios y nuevas informaciones, garantizando que los resultados sean relevantes y aplicables en el contexto real del cantón de Montes de Oca.

### **Población y Muestra**

#### **Población**

Son todos los casos que concuerdan con determinadas características. Según Hernández *et.al* (2018) hace referencia a la población como: “Población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 195) Es necesario situar las poblaciones de manera precisa en función de sus características de contenido, lugar, tiempo y accesibilidad. Para ello, es preciso definir la unidad por estudiar, que puede ser un conjunto finito o infinito de poblaciones con características comunes para las cuales se aplicarán las conclusiones de la investigación. La unidad por estudiar debe estar limitada por el problema y los objetivos del estudio.

## **Muestra**

Tomando en cuenta el enfoque y diseño de la investigación, se selecciona un subgrupo de la población para desarrollar el estudio, Hernández *et.al* (2018) sostiene que: “(...) una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (...)” (p.196). Por lo tanto, se pueden obtener datos relevantes y representativos de la población utilizando un grupo más pequeño de individuos.

### **Muestra no probabilística**

Existen diferentes tipos de muestra, para Hernández *et.al* (2018), la muestra no probabilística es:

La elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios (p.200).

Para esta investigación, es fundamental que las características de las personas seleccionadas para el estudio estén alineadas con los objetivos del tema. En este sentido, el conocimiento relacionado con las importaciones de tiendas tipo *outlet* resulta primordial para el desarrollo del análisis. Además, la flexibilidad de la muestra no probabilística permite ajustar la selección de las unidades conforme surgen nuevos datos y se generan nuevas suposiciones a lo largo del proceso investigativo.

### **Por conveniencia**

Se realizó una muestra por conveniencia, se sugiere que “estas muestras están formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso” (Battaglia, (2008) como se

citó en Hernández, et al, 2018), por lo tanto, la muestra fueron Agentes de Aduanas y expertos en logística.

**Tabla 1. Muestra de la investigación**

<b>N° de entrevistado</b>	<b>Puesto</b>	<b>Razón</b>
Entrevistado 1.	Coordinador logístico	Conocimiento en logística, Almacenes de Caldera S. A
Entrevistado 2.	Importador	Experto en el tema de importaciones, Jercys
Entrevistado 3.	Gerente de cadena de suministro	Especialista en aduanas, Veinsa Motors
Entrevistado 4.	Gerente de aduanas	Agencia aduanal, AE logistics
Entrevistado 5.	Gerente general	Conocimiento en aduanas, Transportes Kopper S.A
Entrevistado 6.	Asesor	Conocimiento en aduanas, Ministerio de Hacienda.
Entrevistado 7.	Pedimentador	Conocimiento en aduanas, Transportes Kopper S.A
Entrevistado 8.	Asesora de despacho	Conocimiento en comercio exterior, COMEX.
Entrevistado 9.	Profesor	Conocimiento sobre comercio internacional, Universidad Castro Carazo
Entrevistado 10.	Analista comercio exterior	Conocimiento en comercio exterior, PROCOMER

Nota: Elaboración propia, 2024

### **Unidades de Análisis**

La presente investigación se fundamenta en el enfoque cualitativo, con el cual se pretende dar profundidad, contexto y comprensión a las entrevistas, encuestas y datos que

proporcionen las muestras de la investigación para lograr recopilar todo aquello que enriquezca el proyecto y le dé más credibilidad al trabajo meramente investigativo, enfocado en las importaciones tipo *outlet*.

Como menciona Ortega (2023), “una unidad de análisis es lo que se quiere comentar después de la investigación, probablemente lo que se consideraría el énfasis principal de la investigación” (párr. 5). Es importante el proceso de las unidades de análisis para dividir la información y poder analizar de forma más ordenada los datos que dan los entrevistados en el tema de investigación.

**Tabla 2. Cuadro de unidades**

OBJETIVO	UNIDAD	CATERORIA	DEF. CONCEPTUAL	INSTRUMENTALIZAC
Identificar las tendencias en las cuales se basan las importaciones tipo <i>outlet</i> en el mercado costarricense.	Tendencias	Costos Consumidor Calidad Reventa	Según (Salgado, 2023), proceso de cambio en los grupos humanos, que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos y servicios.	De la pregunta 1 a pregunta 5
Investigar las ventajas y desventajas de las importaciones tipo <i>outlet</i> en el mercado costarricense.	Ventajas y desventajas	Empleo Dinamismo económico Competencia desleal Control Defraudación Contaminación	Según la Real Academia Española (2024)” las ventajas son “Superioridad o mejoría de alguien o algo respecto de otra persona o cosa “ y las desventajas, “mengua o perjuicio que se nota por comparació	De la pregunta 6 a pregunta 9

			n de dos cosas, personas o situaciones.	
Conocer el procedimiento de importación de mercancías tipo <i>outlet</i> en el mercado costarricense.	Procedimiento	Permisos Factura Reglamento Clasificación arancelaria	Según (Expansión, s/f), puede entenderse la secuencia o sucesión ordenada de actos o trámites necesarios para la consecución de un determinado fin.	De la pregunta 10 a pregunta 13

Nota: Elaboración propia, 2024

## Instrumentos

### Cuestionario

Dentro de los instrumentos utilizados para obtener información, se encuentra el cuestionario, el cual, para Hernández et al (2018), “se basa en preguntas que pueden ser cerradas o abiertas” (p. 225); esta es una herramienta muy utilizada y debe estar de alguna manera intrínseca al problema de investigación. Para este estudio, solo se tomaron las preguntas abiertas en consideración.

Esto se debe a que, a diferencia de las preguntas cerradas, las abiertas no tienen las posibles respuestas contenidas en sí mismas, por lo que el número de categorías es mayor para desarrollar los resultados y permite conocer información más profunda de los participantes, especialmente si su argumento es desconocido, lo que se busca en la presente investigación.

## **Entrevistas**

La entrevista en un enfoque cualitativo tiene la posibilidad de ser más abierta y personal, según Hernández et al (2018), “las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad” (p. 449). Por otro lado, este tipo de técnicas no requieren de mayor elaboración estructural, ya que los datos se pueden obtener a partir de “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona [...] y otra” (p. 449).

Además, esta herramienta se utilizará para la recopilación de experiencias y opiniones que aporten información valiosa a la hora de analizar los resultados, debido a que “el cuestionario por entrevista es el que consigue un mayor porcentaje de respuestas a las preguntas, su estimación es de 80 a 85%” (Hernández et al, 2018, p.269). Por esta razón, serán aplicadas a agentes de Aduanas y expertos en las importaciones tipo outlet.

### **Proceso de recolección de datos**

Para esta investigación, se obtendrán los datos adecuados a través de fuentes primarias como lo son libros, tesis y entrevistas que reúnen su enfoque en el desarrollo temas relacionados a las importaciones tipo outlet, la gestión aduanera, entre otras. Además, se utilizará información de medios secundarios como entidades gubernamentales, entre los cuales podemos mencionar el Ministerio de Hacienda.

Por otro lado, a partir de los objetivos realizados en la investigación se logró obtener las diferentes unidades de análisis, las cuales, mediante la herramienta de cuestionario bajo la técnica de entrevista aplicadas a la muestra, se obtienen los distintos datos relevantes para el desarrollo del análisis de resultados cuya información se basa en las experiencias y conocimientos de los participantes.

Por último, una vez realizado el análisis de resultados basados en las respuestas aplicadas a los expertos en el tema de importación de tiendas tipo outlet permitió descifrar las conclusiones ideales para cada una de las unidades de análisis y las recomendaciones respectivas al tema de estudio, enfocando cada una de ellas de manera correcta, clara y precisa para los efectos de esta investigación.

## **Fuentes de Información**

### **Fuente Primaria**

De acuerdo con Hernández *et al* (2018), las fuentes primarias son documentos que brindan resultados de los estudios respectivos, algunos ejemplos son “libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares” (p.76). Con el fin de desarrollar la investigación se utilizará parte de las fuentes antes descritas por el autor con el objetivo de adquirir información relevante, además de la obtenida mediante la aplicación de entrevistas mediante cuestionario a la muestra.

### **Fuente Secundaria**

Estas fuentes de información se obtendrán a través de catálogos, directorios, libros o artículos que expliquen otros trabajos o investigaciones; estas son consideradas fuentes secundarias debido a que fueron creadas a partir de otras investigaciones y no se contó con la experiencia de primera mano como las fuentes primarias. Sin embargo, incluso si esta información se enviara a otro repositorio, podría considerarse un criterio suficiente para los estudios considerados en esta investigación.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo, se presentarán los resultados de la investigación por medio de las entrevistas a personas especializadas en el tema de tendencia en las importaciones tipo *outlet* para el mercado costarricense desde el 2020 al 2023, en el cantón de Montes de Oca. A su vez esta se encuentra organizado de la siguiente manera: en primera instancia, se encuentra la tabla N°3, en donde se derivan las categorías que emergieron de las unidades correspondientes a los tres objetivos específicos de la presente investigación.

A continuación, se presenta una segunda parte en la que se describe y analiza cada una de las categorías de análisis. El análisis se construye a partir de lo explorado en fuentes de información y en aquellas derivadas de fuentes científicas. Finalmente, se incluye un apartado de interpretación de datos, en el cual se ofrece una respuesta al problema de la investigación. A continuación, se presentan las unidades y categorías de análisis que sirven de base para este proyecto de investigación:

**Tabla 3. Unidades y categorías de análisis**

Unidades	Categorías
1. Tendencia	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Costos</li><li>2. Consumidor</li><li>3. Calidad</li><li>4. Reventa</li></ol>
2. Ventajas y desventajas.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Empleo</li><li>2. Dinamismo económico</li><li>3. Competencia desleal</li><li>4. Defraudación</li></ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Control</li> <li>6. Contaminación</li> </ol>
7. Procedimiento	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permisos</li> <li>2. Factura</li> <li>3. Reglamento</li> <li>4. Clasificación arancelaria</li> </ol>

Nota: Elaboración propia, 2024

### Unidad de análisis 1: Tendencia

Esta primera unidad de análisis tiene como fin la indagación sobre las tendencias en las cuales se basan las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense. Para desarrollar esta unidad, se abordaron una serie de temas clave que permitieron un enfoque integral sobre el contexto de la actividad económica y características particulares, estos temas se organizaron en categorías específicas para facilitar el análisis de las cuales se derivaron las siguientes:

1. Costos
2. Consumidor
3. Calidad
4. Reventa

#### Categoría 1: Costos

##### Descripción

La categoría uno de la primera unidad conforme las entrevistas muestran que las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense está regido por tendencias enfocadas en la reducción de costos. Estas importaciones provocan que los comerciantes puedan ofrecer productos a precios significativamente más bajos, lo cual reduce considerablemente el costo de adquisición. Esto se entiende por medio de las respuestas de los entrevistados a continuación:

- ✓ *“Hay público que pueden adquirir algunos productos a buen precio y que en tiendas normales no podrían comprar.” (Entrevistado 1)*
  
- ✓ *“Las ganancias que generan, aprovechando los pocos controles que hay por parte de la Dirección General de Aduanas y Ministerio de Hacienda usted va a USA compra 5000 artículos les pone costo 1 dólar y lo vende aquí en 10 dólares cuanto crees que te ganas”. (Entrevistado 2)*
  
- ✓ *“Precios bajos tanto para el importador como para el consumidor”. (Entrevistado 3)*
  
- ✓ *“La facilidad de encontrar artículos a un menor precio que importadores directos del mismo artículo.” (Entrevistado 6)*
  
- ✓ *“Es una nueva opción de compra de productos más económica.” (Entrevistado 7)*
  
- ✓ *“Los precios bajos que le dan al consumidor resultan muy atractivos y a la vez al existir un vacío fiscal al importador le resulta muy rentable.” (Entrevistado 8)*
  
- ✓ *“La tendencia que están influyendo en el crecimiento de las importaciones son los costos en definitivo.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis**

Esta categoría llamada costos es un recurso sacrificado o perdido para alcanzar un objetivo en específico, también es un valor monetario de los recursos que se entregan a cambio de bienes o servicios que se adquieren (Rodríguez, 2019). En consecuencia, el costo puede llevar a cabo procesos de producción de bienes o servicios en distintos contextos. En los *outlets* los costos pueden ser bajos y, por ende, desarrollar márgenes de ganancias exitosas en este tipo de empresa.

Además, cabe mencionar que el costo es una inversión de dinero que realiza una persona o empresa para lograr efectuar labores de producción o comercialización (Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2009). Los *outlets* tienen la posibilidad de realizar importaciones a bajos

costos que permiten la distribución de distintos productos, y con ello, lograr ganancias; además, los precios resultan atractivos para los costarricenses.

Por último, en el análisis de resultados de la entrevista aplicada, los participantes señalan que esta modalidad de negocio se ve promovida por la posibilidad de aprovechar importaciones con bajos costos declarados logrando de esta manera un margen de ganancia considerable, al vender en el mercado costarricense a precios muy por encima del valor de importación. Es así, que la combinación de bajos costos y un menor control por parte de la Dirección General de Aduanas sobre los impuestos de estas importaciones tipo outlet provoca una alta rentabilidad.

## **Categoría 2: Consumidor**

### **Descripción**

De las entrevistas se desprende la categoría número dos en donde se describe al consumidor costarricense como una tendencia de las importaciones, ya que los consumidores optan por acceder a estos productos con el fin maximizar el valor de su dinero tomando en cuenta la oportunidad de adquirir artículos que de otra manera no era tan inaccesibles en el mercado local del país. Esto puede entenderse mejor a través de las respuestas de los entrevistados:

- ✓ *“Hay mucha demanda en nuestro mercado en Costa Rica.” (Entrevistado 1)*
  
- ✓ *“Considero que sí, porque hay público que pueden adquirir algunos productos a buen precio y que en tiendas normales no podrían comprar.” (Entrevistado 2)*
  
- ✓ *“En algún momento la situación económica, el desconocimiento de los consumidores.” (Entrevistado 5)*
  
- ✓ *“Gran mercado local que hay para estos productos.” (Entrevistado 7)*

- ✓ *“El factor de novedad que se puede encontrar, ya que todas las importaciones pueden traer artículos diferentes.” (Entrevistado 6)*
- ✓ *“La gente está comenzando a comprar más en este tipo de tiendas y dejando de comprar en el mercado tradicional o formal.” (Entrevistado 8)*
- ✓ *“En un mercado de libre competencia ha sido una actividad con bastante acogida por parte de la población.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Las entrevistas realizadas en relación con esta categoría de análisis revelan que existe una congruencia entre el desconocimiento que tienen las personas sobre estas importaciones y la aceptación que muestran hacia ellas. En la Ley 7475, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor de Costa Rica, se establece que un consumidor es “toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza bienes o servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello” (p. 1). A pesar de que muchos de estos comercios incumplen normativas aduaneras y tributarias en el país, los costarricenses han mostrado una alta aceptación e interés por adquirir estos productos.

Por otro lado, el consumidor es la persona que adquiere bienes o servicios en función de sus gustos o necesidades. El comportamiento del consumidor se define como la búsqueda, comparación, utilización y evaluación de productos y servicios que se espera satisfagan sus necesidades. Además, se refiere a la forma en que los consumidores toman decisiones sobre cómo gastar sus recursos disponibles (Romero y Camarena, 2023). Según los entrevistados, los consumidores de productos de tiendas tipo outlet se enfocan en la relación costo-beneficio, lo que hace que el perfil de este consumidor sea muy consciente del precio. La apertura de estas tiendas ha sido de gran beneficio para quienes desean obtener productos a precios realmente bajos.

Finalmente, el comportamiento del consumidor refleja la tendencia hacia estas importaciones, ya que cada vez más consumidores prefieren los productos de estas tiendas sobre los de los comercios tradicionales, ya sea por el precio, las marcas o el factor novedad. Cabe

destacar que un consumidor también puede buscar calidad en sus compras, lo que nos lleva a otra categoría de análisis: la calidad, la cual se abordará a continuación.

### **Categoría 3: Calidad**

#### **Descripción**

En la presente categoría, los entrevistados consideran que la calidad es una tendencia en la que se basan estas importaciones tipo *outlet*, puesto que se orientan hacia artículos de marca que, aunque sean de temporadas pasadas o líneas discontinuadas, mantienen un alto atractivo por su calidad y reputación, aunque otros no tanto. Los productos más populares incluyen moda, tecnología y artículos para el hogar. Las respuestas de los entrevistados, presentadas a continuación, ilustran este punto con mayor claridad:

- ✓ *“Desconozco la calidad de los productos que se comercializan, pero la gente que los adquiere sabe bien que en su mayoría estas mercaderías son usadas o desechas en su lugar de origen por alguna deficiencia”. (Entrevistado 2)*
- ✓ *“Artículos usados, seminuevos o con poca garantía.” (Entrevistado 3)*
- ✓ *“Hay de todas calidades, desde las premium hasta las de baja calidad.” (Entrevistado 6)*
- ✓ *“Productos de marcas reconocidas que en USA son remates y aquí son considerados clase AAA.” (Entrevistado 8)*
- ✓ *“Existe de todo, malos, muy malos y algunos muy buenos, pero depende del lugar que los tenga así se conserva.” (Entrevistado 9)*
- ✓ *“Varios de estos productos tienen que buscarse para poder validar sus características, pero, por lo general, son productos duraderos.” (Entrevistado 10)*

## **Análisis**

Según las respuestas analizadas sobre esta categoría, la calidad es una característica que permite a los bienes o servicios satisfacer las necesidades del cliente, cumpliendo con estándares específicos de calidad. Esta implica transformar la necesidad del cliente en productos cuantificables y medibles, lo cual facilita la creación de productos por los cuales el cliente estaría dispuesto a pagar (Hernández et al., 2018). La calidad en la producción de estos artículos puede variar desde mala hasta buena. Sin embargo, los importadores cada vez más eligen estratégicamente los productos para alinearse con las preferencias del consumidor costarricense, quien valora principalmente la combinación de calidad y ahorro.

Por otro lado, "la calidad es la totalidad de cualidades y características de un producto o servicio que definen su aptitud para satisfacer necesidades especificadas o implícitas" (Herrera, 2006, p. 108). También se observa una tendencia a ofrecer mayor variedad en este tipo de comercios, es decir, productos como tecnología, muebles y ropa en un solo lugar, lo que permite a los outlets mantenerse relevantes y competitivos en el mercado nacional.

Finalmente, aunque se refleja un punto medio en las opiniones de los entrevistados, los outlets han evolucionado de ser simplemente un canal para liquidar inventarios de productos en mal estado o colecciones pasadas, a convertirse en espacios donde las marcas pueden construir relaciones a largo plazo con los consumidores. La tendencia es clara: ofrecer productos de calidad en los outlets no solo ayuda a mantener una buena imagen de marca, sino que también responde a las expectativas de los consumidores, quienes buscan productos confiables, incluso a precios más accesibles.

### **Categoría 4: Reventa**

#### **Descripción**

La práctica de adquirir productos de importación tipo *outlet* para su posterior venta en el mercado local con un margen de ganancia considerable es una tendencia considerada entre los entrevistados, en la cual el modelo de negocio es común entre comerciantes y pequeños emprendedores que aprovechan los bajos precios de los artículos *outlet* para revenderlos a precios

superiores, obteniendo una rentabilidad atractiva. Esto se refleja en las respuestas proporcionadas por los entrevistados a continuación:

- ✓ *“Las personas compran en outlet para reventa, sin embargo, el punto negativo es si no reportan a la Caja Costarricense de Seguro Social.” (Entrevistado 1)*
- ✓ *“Hay personas que hacen largar filas en estos comercios durante la madrugada para luego tener los mejores productos y utilizarlos como reventa en redes sociales.” (Entrevistado 3)*
- ✓ *“Terceras personas que revenden artículos de manera más informal.” (Entrevistado 8)*
- ✓ *“A diario se observa como las personas sacan provecho para revender o acceder a precios de productos más bajos.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis**

Con respecto a la categoría reventa, esta se considera como algo que se compró a un precio mayor. Generalmente consiste en comprar un bien para venderlo en el lugar de consumirlo, esto se realiza con fines de lucro. Cabe mencionar que la reventa está presente en los negocios de venta de bienes y se obtienen mediante proveedores a un precio menor en el mercado (Repiso, 2021). Las respuestas de los entrevistados evidencian que muchos compradores adquieren productos en *outlets* no solo para uso personal, sino con el propósito de revenderlos aprovechando el acceso a marcas y productos de buena calidad.

De manera que “la reventa es la acción de vender algo que previamente se ha comprado. Esto, usualmente con el objetivo de obtener una ganancia” (López, 2022, párr.2). Esta tendencia se relaciona con la búsqueda de oportunidades de negocio entre pequeños emprendedores y consumidores que utilizan la reventa una nueva manera de obtener ingresos; sin embargo, la venta de estos productos de manera informal, al no estar registradas, generalmente no contribuyen a los impuestos y cargas sociales.

Por último, el análisis de la entrevista sobre esta categoría permite informar la reventa como tendencia dentro del mercado de importaciones tipo *outlet* en Costa Rica, porque refleja una estrategia de consumo y negocio en crecimiento dentro de estas importaciones.

## **Unidad de análisis 2: Ventajas y desventajas**

La segunda unidad de análisis tiene como fin la indagación sobre ventajas y desventajas de las importaciones tipo *outlet* para el mercado costarricense; las diferentes perspectivas sobre el tema y los aportes de la muestra de investigación argumentaron sobre su posición del tema. En consecuencia, esto promovió las categorías que se muestran a continuación.

1. Empleo
2. Dinamismo económico
3. Competencia desleal
4. Defraudación
5. Control
6. Contaminación

### **Categoría 1: Empleo**

#### **Descripción**

El empleo derivado de las importaciones *outlet* se convierte en un motor económico que impulsa el mercado laboral en diferentes niveles, creando oportunidades tanto para quienes buscan trabajos comunes como para aquellos que prefieren formas de empleo más flexibles y autónomas. Se considera un impacto positivo de la importación de artículos tipo *outlet* la generación de empleo. A continuación, se presentan las respuestas de los entrevistados que sustentan esta categoría:

- ✓ *“Generación de trabajo por el incremento de las tiendas, las cuales tienen en su mayoría puestos que cualquier persona puede aprovechar.” (Entrevistado 3)*

- ✓ *“Sí, porque genera más y nuevas fuentes de empleo.” (Entrevistado 4)*
- ✓ *“Es positivo ya que se crean nuevas oportunidades de empleo para los costarricenses.” (Entrevistado 5)*
- ✓ *“Es positivo porque genera más trabajos, pero sería importante verificar las jornadas que puedan ser ilegales, al ser extensas, pero no estoy segura de que eso ocurra en la realidad, sin embargo, es una probabilidad.” (Entrevistado 8)*
- ✓ *“Esto genera mayor empleo y oportunidad de abaratar costos en productos.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis**

El empleo es una actividad física o intelectual que las personas elaboran para alcanzar objetivos, satisfacer necesidades y con ello lograr obtener bienes y servicios para el beneficio propio. En esta investigación elaborada se desarrolló el término empleo, por lo tanto, su análisis permite estudiar las ventajas que los *outlets* brindan en el país.

El empleo, es “una actividad que se realiza siempre en un espacio diseñado organizacional e institucionalmente, es decir, regulado y reglamentado para producir ganancias” (Porras, 2019, p.187). Una de las principales ventajas que tienen las importaciones de productos tipo outlet es que actualmente dinamizan el mercado laboral al brindar nuevas oportunidades para personas que buscan fuentes de ingresos.

Además, la creciente demanda de estas importaciones tipo *outlet* impulsa que se realice la apertura de tiendas y puntos de venta ligados en este tipo de mercancía, lo cual hace que se fomente la creación de una gran variedad de puestos de trabajo en atención al cliente, ventas, gestión de inventarios y la creación de empleos indirectos en áreas como la logística, el transporte y la distribución de estos productos.

## **Categoría 2: Dinamismo económico**

### **Descripción**

De las entrevistas se deprenden la categoría número dos en donde se expone que unas de las ventajas de este tipo de importaciones, la cual es el dinamismo económico que ha generado a lo largo de estos años debido a la cantidad de estas tiendas y como crecen exponencialmente en la zona de Montes de Oca. Lo anterior fue identificado por medio de las respuestas de los entrevistados, los cuales son profesionales en el área de estudio.

- ✓ *“Sí, porque está generando dinamismo y mejores precios para el consumidor, empleos como dije anteriormente.” (Entrevistado 1)*
- ✓ *“El hecho de la importación tipo outlet dinamiza la economía.” (Entrevistado 2)*
- ✓ *“Ayuda a dinamizar la economía del sector comercio.” (Entrevistado 4)*
- ✓ *“Sí generan impacto, ya que dinamiza la economía no solo de la tienda que genera empleos.” (Entrevistado 6)*
- ✓ *“Sí, genera un impacto directo en la economía del país, dado que se facilita la obtención de productos a precios accesibles, aunque no tienen buena regulación.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

“El dinamismo económico de un país se determina por el ritmo al cual desarrolla o adopta nuevas ideas y tecnologías para aumentar su productividad” (Ortiz, 2008, p.1). Es decir, es la capacidad que tiene un país para desarrollar ideas productivas y económicas con velocidad y dirección. En este proceso investigativo sobre el dinamismo económico, se puede desarrollar que, las importaciones tipo *outlet* tienen un impacto positivo en la economía costarricense, especialmente en el sector comercial.

Para los entrevistados, una de las ventajas de estas las importaciones el aumento de la apertura de tiendas, lo que hace que genere una activación por el aumento en las compras, empleos

y movilidad comercial, ya que muchos de los comercios tradicionales han tenido que promover o buscar nuevas formas de atraer clientes, siendo el consumidor el más beneficiado por la posibilidad de elegir entre la mejor opción.

También, “el dinamismo económico de un país se determina por el ritmo al cual desarrolla o adopta nuevas ideas y tecnologías para aumentar su productividad” (Ortiz, 2008, p.1), en este caso, si bien algunos de los expertos señalan la falta de regulación, consideran que el beneficio económico derivado de esta actividad comercial es significativo porque contribuye promoviendo una mayor circulación de dinero en la economía y fortaleciendo del sector.

### **Categoría 3: Competencia desleal**

#### **Descripción**

En el caso de esta categoría, los participantes detallan que la competencia desleal es una desventaja dentro de las importaciones de productos tipo *outlet* para el mercado costarricense, ya que esta práctica comercial busca obtener ventajas en el mercado mediante métodos injustos o ilegales que pueden perjudicar a otras empresas o consumidores. Lo anterior se fundamenta con las siguientes respuestas:

- ✓ *“Si no declaran bien lo importado. Si es competencia desleal.” (Entrevistado 1)*
- ✓ *“Considero que una de las desventajas de estas importaciones es la competencia desleal que está generando y que lo dueños, no están respetando en su gran mayoría la garantía que por ley deben respetarse a los artículos que facturan.” (Entrevistado 2)*
- ✓ *“Comercio desleal en los importadores que si importan productos similares o iguales pagando todos los impuestos que corresponden.” (Entrevistado 3)*
- ✓ *“A nivel fiscal podría prestarse para subfacturación o comercio desleal si no se reportan los costos correctos y con esto verse afectados ingresos de Hacienda e incluso temas de competencia desleal contra otros comercios.” (Entrevistado 6)*

- ✓ “Se puede mencionar la competencia desleal, ya que al vender el mismo producto con precios poco equilibrados las grandes industrias pueden sufrir grandes pérdidas.”  
(Entrevistado 10)

### **Análisis**

La competencia desleal es una conducta de exacerbación de la competencia, mediante procesos deshonestos o falta de buenas prácticas comerciales. Cabe mencionar que la competencia desleal afecta al consumidor y puede amenazar los intereses legítimos (Tapia, 2017).

Este término también se describe de la siguiente manera, según la Universidad de Costa Rica (2013):

La competencia en un mercado es la lucha por la clientela. Hay competencia cuando se puja por ofrecer lo mismo o algo que lo puede reemplazar. Esta lucha debe realizarse dentro de ciertas pautas para ser leal. De lo contrario, será desleal. Y cuando es desleal se convierte en un acto ilícito que a veces, según lo establezca la legislación, alcanza la categoría de delito. Su realización causará un daño resarcible y, desde luego, la justicia ordenará su cese (p.3).

A continuación, se desarrollará el análisis sobre esta categoría.

Las respuestas de los entrevistados reflejan preocupaciones claras sobre cómo las importaciones tipo *outlet* pueden propiciar prácticas de competencia desleal en el mercado costarricense. Estas prácticas generan una distorsión en el mercado, ya que las empresas que operan legalmente y cumplen con las regulaciones enfrentan una desventaja frente a aquellos que no cumplen con los requerimientos para cumplir con los procesos de importación en nuestro país y las regulaciones que todo importador debe cumplir sin excepción.

#### **Categoría 4: Defraudación Fiscal**

##### **Descripción**

De las entrevistas se depende la categoría número cuatro, en la cual se destaca la defraudación fiscal como una de las principales desventajas de las importaciones de artículos tipo *outlet* en el mercado costarricense, el cual implica ocultar, manipular o distorsionar información económica para reducir la cantidad de impuestos a pagar. Las distintas perspectivas sobre el tema y las contribuciones de la muestra de investigación sustentaron sus posiciones al respecto como se muestra a continuación.

- ✓ *“Todos los artículos indican un valor bajo y lo que pagan de impuestos es muy poco. Claro aquí juegan un papel muy importante los agentes aduanales, profesionales que tienen FE PÚBLICA para efectos de control aduanero y tributario” (Entrevistado 2)*
- ✓ *“A mi criterio, genera una afectación en la captación de tributos a la hora de importarse estas mercancías.” (Entrevistado 3)*
- ✓ *“Tal vez la desventaja pueda ser que se genera menos impuestos.” (Entrevistado 5)*
- ✓ *“Que afectan negativamente porque tienen un vacío fiscal.” (Entrevistado 6)*
- ✓ *“Que al haber un vacío fiscal no pagan los mismos impuestos que el mercado formal, dejándolos en ventaja.” (Entrevistado 8)*
- ✓ *“La desventaja es que se ha prestado para fraude fiscal.” (Entrevistado 10)*

## Análisis

La defraudación es un fenómeno universal, el cual es la resistencia al pago de los procesos tributarios. Puede mencionarse que es “declarar cifras o datos falsos; u omitir deliberadamente circunstancias que influyen en la determinación de la obligación tributaria”. (Centro de Información Jurídica en Línea, p.8, 2003). Los entrevistados reflejan esta acción como una de las principales desventajas de la importación de estos productos al país, ya que el incumplimiento en las obligaciones fiscales tiene implicaciones profundas para la economía del país.

Según el Poder Judicial de la República de Costa Rica (2020), defraudación fiscal es:

Delito que comete la persona que, mediante, engaño o aprovechamiento malicioso de un error, deja de pagar, en todo o en parte, los impuestos legales a los que está obligada. En Costa Rica, son casos especiales de defraudación fiscal: “a) La presentación de declaraciones falsas; b) El comercio ilícito de bienes importados con franquicia aduanera. (párr.1)

Por lo tanto, con respecto a las respuestas relacionadas a este término, se analiza que la defraudación fiscal puede estar fuertemente arraigada en las importaciones de productos tipo *outlet*, ya que existe un vacío fiscal asociado a la incorrecta declaración de valor real y cantidades en el momento de la importación. Esta práctica permite a algunos importadores evadir parte de sus obligaciones fiscales, lo cual no solo les facilita ofrecer precios más bajos al consumidor, sino que también genera una competencia desleal frente a empresas y comerciantes que si cumplen con el pago debido de impuestos.

Además, aquí juega un papel importante el agente aduanero, quien es el encargado de verificar la información para realizar la importación definitiva. Es sabido que trabajan bajo fe pública, lo que sería importante verificar si existe alguna actuación ilícita por parte de los agentes aduaneros.

## **Categoría 6: Control**

### **Descripción**

Según los entrevistados, una de las desventajas es el control que actualmente tienen estas importaciones, ya que algunos consideran que son muy escasos o no se tiene claro el procedimiento para fiscalizar estos artículos. En la presente categoría, los consultados destacaron que los controles de importación presentan una clara problemática, de hecho, para algunos ya se han tomado medidas. Sin embargo, predomina la deficiencia de acciones. Esto se puede consolidar con las siguientes respuestas:

- ✓ *“Aquí sí estamos mal, los controles son muy escasos, como sabemos todos los tramites de importación se generan electrónicamente y no hay controles de lo que ahí viene, Por otro lado, ¿sería bueno saber quiénes son los dueños de estas tiendas outlet? Debería tener más control ya que se evaden más impuestos.” (Entrevistado 2)*
  
- ✓ *“Que la DGA, Policía de control fiscal y Hacienda deben controlar mejor como se declaran esas importaciones.” (Entrevistado 3)*
  
- ✓ *“Creo que las acciones de la Dirección de Aduanas y Hacienda, es obligar a los agentes aduanales a realizar una inspección de las cargas antes de tramitar un DUA y además controlar a los Señores Aforadores que son los encargados de liberar las cargas a inspeccionar minuciosamente esa mercadería y en caso de encontrar deficiencias el agente aduanal sea castigado o multado.” (Entrevistado 4)*
  
- ✓ *“Por ser mercaderías usadas deberían ser prohibidas, las ropas están llenas de ácaros, pulgas y otros porque los controles fitosanitarios no existen. En electrodomésticos no tienen control ni garantía.” (Entrevistado 5)*

- ✓ *“Deberían someterse a un mayor control aduanero a las empresas importadoras dedicadas a esta actividad por medio de los aforos e inspecciones más detalladas de las mercancías.” (Entrevistado 6)*
  
- ✓ *“Debería tener más control, ya que se evaden más impuestos.” (Entrevistado 7)*
  
- ✓ *“Se están realizando controles, pero no son suficientes.” (Entrevistado 8)*
  
- ✓ *“Los controles son fuertes y se ha metido de lleno Ministerio de Hacienda para lograr que se cometa fraude.” (Entrevistado 9)*
  
- ✓ *“Al ser importaciones con tantos artículos y tan diversos puede complicarse los controles de estos para identificar que efectivamente se estén importando los bienes declarados.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Antes de detallar el análisis de la categoría del control, este término hace relación a las acciones determinadas por la administración para lograr objetivos, metas en la organización. Por otro lado, el control aduanero busca que las mercancías que entran al país estén en cumplimiento con las normas y regulaciones, y el Sistema Nacional de Aduanas, que es el órgano gubernamental que debe de estar al tanto de los parámetros seguidos por los auxiliares de la función, así como garantizar que no existan prácticas irregulares e ilegales por parte de importadores.

El termino control también se refiere a las formas para evaluar a la administración.

Según Koonz (2012):

Control es la medición y corrección del desempeño para garantizar que los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos se logren. Se relaciona estrechamente con

la función de planear: estas dos funciones son inseparables del proceso administrativo.

(p.2).

Por lo tanto, el Sistema Nacional de Aduanas desempeña un papel crucial en el control de estas importaciones, es esencial que velen por el cumplimiento de las normas y regulaciones, además de asegurar que se dé la recaudación arancelaria porque como sugieren los entrevistados, existen controles, pero no son suficientes y aún existe un riesgo, ya que con las declaraciones incorrectas no se da la captación correcta de los impuestos.

Además, los entrevistados, evidencian una preocupación tanto por la dificultad para poder controlar estas importaciones como la falta de ellos y la necesidad de mejorar dichos controles para evitar que se sigan cometiendo estas prácticas ilícitas. Por otro lado, no es solo cuestión de impuestos también existe el riesgo en cuanto mercancías peligrosas y que no se estén realizando los controles debidos pueden encadenar una problemática mayor en el país.

## **Categoría 7: Contaminación**

### **Descripción**

La última categoría de la segunda unidad, determinada por los entrevistados como una desventaja asociada a estas importaciones es la contaminación. Cada entrevistado destaca que hay una deficiencia en la manipulación de ciertos productos, además de los residuos que pueden provocar esta actividad económica en el país. A continuación, las respuestas de apoyo recolectadas relacionadas a esta categoría:

- ✓ *“Que existe mucha desinformación del tema y que no se cuenta con un filtro en los productos, dado que muchos de estos vienen en mal estado y al final son basura.”*  
(Entrevistado 3)
  
- ✓ *“Una desventaja es la gestión de productos dañados.”* (Entrevistado 6)

- ✓ *“Generan mucha contaminación por los desechos.” (Entrevistado 8)*
  
- ✓ *“La desventaja mayor en este caso es la cantidad de producto basura que existe.” (Entrevistado 9)*
  
- ✓ *“Como anteriormente mencione, las repercusiones en la salud dado que varios materiales para cocinar se vuelven tóxicos al estar en contacto con el calor, lo que evidencia que utilizan el país como un destino de desechos.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Esta categoría denominada contaminación, representa uno de las problemáticas más críticas a nivel mundial, por lo tanto, es importante tomar conciencia al respecto mediante la búsqueda de alternativas para la pronta solución. Cabe mencionar que la contaminación se conforma de la presencia de agentes físicos, químicos o biológicos que pueden ser perjudiciales para los seres vivos, además, la contaminación desarrolló la consecuencia del cambio ambiental (Palacios, 2022).

La contaminación ambiental la produce alteraciones al medio ambiente dañándolo de manera leve o grave, o destruyéndolo por completo. También, debemos tener en cuenta el factor tiempo, ya que el daño puede ser temporal o continuo. Tenemos entonces todas las combinaciones posibles desde un daño leve y temporal hasta la destrucción continuada en el tiempo que impide la natural recuperación del medio ambiente (Orellana, p.1, 2005).

En este sentido, entre la información obtenida, las respuestas armonizan en que algunos de los productos importados pueden contribuir al incremento de residuos, la contaminación del aire, del agua, y la generación de desechos que no siempre son tratados adecuadamente. Estas preocupaciones enfatizan la necesidad de considerar no solo los beneficios económicos de las importaciones, sino también sus efectos medioambientales a largo plazo si no se toman acciones con la cantidad de mercancías de este tipo que ingresan al país.

### Unidad de análisis 3: Procedimiento

La última unidad de análisis tiene como propósito la investigación sobre el procedimiento de importación de mercancías tipo *outlet* en el mercado costarricense y todos aquellos aspectos relevantes que se deben tomar en cuenta a la hora de importar estos artículos. Se analizarán las respuestas que otorgaron los profesionales para conocer más sobre el tema. A continuación, se detallarán las categorías obtenidas de la actual unidad.

1. Permisos
2. Factura
3. Reglamento
4. Clasificación arancelaria

#### Categoría 1: Permisos

##### Descripción

Para la muestra de investigación, se identificó la necesidad de seguir con los permisos fitosanitarios a la hora de importar productos que así lo requieran en algunos casos se importan artículos biológicos y farmacológicos, por lo que el transporte regular de este tipo de mercancía se realiza bajo estrictos lineamientos para garantizar su adecuado embalaje manipulación, rotulación, temperatura y manipulación. Lo anterior se comprende a partir de las siguientes respuestas obtenidas de los entrevistados:

- ✓ *“Los respectivos permisos del Ministerio de Salud y sus debidas especificaciones y fechas de caducidad.” (Entrevistado 2)*
- ✓ *“Permisos de importación correspondientes según cada artículo.” (Entrevistado 3)*

- ✓ *“Permisos de importación en caso de que los productos lo requieran.” (Entrevistado 4)*
- ✓ *“Medidas fitosanitarias y normas de origen.” (Entrevistado 5)*
- ✓ *“Controlar el tipo de productos que importan, que no puedan traer productos alimenticios ni medicinales y deben tener los permisos de salud.” (Entrevistado 7)*
- ✓ *“Deben seguir regulando la importación de productos restringidos.” (Entrevistado 8)*

### **Análisis**

Antes de especificar la interpretación de los datos, el término permiso es “conforme a un punto de vista ampliamente difundido no es más de que la mera ausencia de prohibición” (Pons, 2019, p.20). Por lo tanto, según la información analizada los *outlets* deben solicitar permisos fitosanitarios, los cuales son regulados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica. En el artículo 4 de la Ley N° 7664, de Protección Fitosanitaria se especifican que dicha regulación:

Corresponderá al Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Servicio Fitosanitaria del Estado que contará para su funcionamiento y administración con personalidad jurídica instrumental. Ejercerá sus funciones por medio de las dependencias necesarias para aplicar la presente ley y sus reglamentos. Para ello. establecerá mediante decreto ejecutivo, la estructura organizativa técnica y administrativa que se requiera (p.2).

Con respecto al análisis de resultados de esta categoría, el control fitosanitario y sanitario tienen un papel crítico en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas, así como de los animales, entre otros seres vivos. Los permisos fitosanitarios no solo buscan evitar la introducción de plagas o enfermedades en las especies vegetales, sino también proteger a los productores de país de posibles pérdidas económicas por plagas.

Además, cabe recalcar como enfatizan los entrevistados que estos permisos son esenciales en todo tipo de importación que lo requieran, ya que los productos adquiridos por la población costarricense deben ser seguros y tienen que cumplir con los estándares de calidad, para minimizar

los riesgos, daños e impactos, por lo tanto, es un procedimiento que no se debe omitir dentro de las importaciones de artículos tipo *outlet*.

## **Categoría 2: Factura**

### **Descripción**

La presentación de la factura es un procedimiento vital para la correcta importación de estos productos, puesto que es una herramienta esencial para la transparencia, el control fiscal y la competencia justa. Su correcta redacción y presentación de parte de los importadores aseguran el cumplimiento de las normativas aduaneras de Costa Rica. Lo anterior fue identificado por medio de las respuestas de los entrevistados.

- ✓ *“Factura/conocimiento de embarque y lista de empaque.” (Entrevistado 2)*
  
- ✓ *“Un muy detallado manifiesto de carga y factura real de importación.” (Entrevistado 3)*
  
- ✓ *“Factura detallada línea por línea declarando el valor real, registros.” (Entrevistado 6)*
  
- ✓ *“Deben de contar con cierta documentación como la factura original, certificado de origen, documento original de transporte a nombre del titular, entre otros.” (Entrevistado 7)*

### **Análisis**

La factura comercial juega un papel crucial en el proceso de importación de productos tipo *outlet*, donde el artículo 249 del Reglamento a la Ley General de Aduanas establece requisitos específicos para este documento. Según el Ministerio de Hacienda (2016), en el acuerdo N° DGT-R-48-2016 de la Dirección General de Tributación, una factura es un comprobante de venta de

bienes y servicios que se puede expresar en formato electrónico o en físico mediante la compraventa o prestación de servicios.

La factura comercial no solo funciona como un comprobante de la transacción entre comprador y vendedor, sino que también es un documento fundamental para el control aduanero, ya que permite a las autoridades verificar el cumplimiento de las normativas fiscales y comerciales.

El artículo 249 del Reglamento a la Ley General de Aduanas exige que la factura pueda presentarse en español o, en su defecto, adjuntar una traducción simple lo que garantiza que el Servicio Nacional de Aduanas pueda interpretar adecuadamente los detalles de la transacción, facilitando el análisis y control de los productos importados. La información mínima requerida en la factura, como el valor unitario y total de la mercancía (inciso f), el término comercial de contratación (inciso g) y el tipo de embalaje, marcas, números, clases y cantidades (inciso h), proporciona claridad sobre el tipo de mercancía que ingresa al país, su valor y las condiciones bajo las cuales se realizó la venta.

### **Categoría 3: Reglamento**

#### **Descripción**

En esta categoría se muestran la Ley General de Aduanas y su reglamento involucradas en el proceso aduanero de importación de estos productos según los entrevistados. Esta información es muy importante, ya que la normativa la permite la fiscalización y demás requisitos que deben cumplir las mercancías al ingresar al país. A través de ellas existe garantía de que el procedimiento se esté formalizando de manera adecuada. Lo anterior se evidencia en los siguientes comentarios:

- ✓ *“Las exigidas por ley.” (Entrevistado 1)*
  
- ✓ *“cumplir en igualdad de condiciones las normativas que aplica a los diferentes importadores de artículos similares a los que se importan.” (Entrevistado 2)*
  
- ✓ *“Que realicen los procesos de la forma correcta según la normativa costarricense en materia de aduanas y tributaria.” (Entrevistado 3)*

- ✓ *“Los que se expresan LGA su reglamento, manual de procedimientos aduaneros y demás normativa vigente en Costa Rica.” (Entrevistado 6)*

### **Análisis**

De acuerdo con el reglamento, este constituye una norma de carácter secundario a una ley, desde el ámbito dogmático, no se puede subsumir un reglamento mediante un acto administrativo (Cordero, 2019). Por lo tanto, este estudio es desarrollado desde el Sistema Nacional de Aduanas, el cual detalla normativas que se deben cumplir en el sistema costarricense.

Un reglamento se ocupa de la potestad reglamentaria y se dictan con el objetivo de hacer posible la aplicación de la ley, completándola y asegurando su cumplimiento (Universidad de Costa Rica, s.f). Lo que muestra la importancia de la comprensión sólida de la normativa y una actitud favorable hacia el cumplimiento de los requisitos legales en la importación de mercancías, ya sea por parte de los importadores como de los auxiliares de la función pública.

Por su parte, las respuestas muestran una postura de responsabilidad y conciencia sobre la necesidad de seguir los procedimientos legales de manera rigurosa y equitativa, si bien el control aduanero busca que las mercancías que entran al país estén en cumplimiento con las normas y regulaciones, y el Sistema Nacional de Aduanas, que es el órgano gubernamental, está al tanto de los parámetros seguidos por los auxiliares de la función, así como de que no existan prácticas irregulares e ilegales por parte de los diferentes importadores que existen en el país.

### **Categoría 4: Clasificación arancelaria**

#### **Descripción**

Un claro error en muchas de estas importaciones es que no se cumple con el proceso de clasificación arancelaria (código numérico, estándar e internacional, que se asigna a cada mercancía), la cual es para establecer las medidas arancelarias y no arancelarias; es decir, determina el valor de impuestos por pagar o si el producto requiere permiso sanitario para importación que

para el caso de muchos de los artículos tipo outlet esta afirmación es positiva. Esto se refleja en las respuestas proporcionadas por los entrevistados a continuación:

- ✓ *“Que los productos vienen sin clasificarse. Por ejemplo, electrónicos con ropa en la misma caja, deben clasificar de manera correcta.” (Entrevistado 1)*
- ✓ *“Las que se indiquen en el arancel para cada partida.” (Entrevistado 2)*
- ✓ *“Realizar la correcta clasificación arancelaria de cada uno de los productos que se importan.” (Entrevistado 7)*
- ✓ *“El desconocimiento que hay por parte de quienes realizan estas importaciones porque este tipo de tiendas nace de repente y no se sabe con certeza si tienen personas calificadas realizando los procesos de clasificación arancelaria y demás requerimientos.” (Entrevistado 8)*

### **Análisis**

Según las respuestas obtenidas, la clasificación arancelaria surge como otra categoría de análisis en este trabajo de investigación, esta clasificación es una clasificación de mercancías conformada por el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Este sistema se elabora por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) (Ministerio de Hacienda, 2024), para identificar las mercancías comerciales.

Con respecto a la búsqueda de aranceles en Costa Rica, este se realiza según PROCOMER (2019) mediante las herramientas de la Dirección General de Aduanas en el Departamento Técnico, la agencia de aduanas de su elección y el Ministerio de Hacienda. Por lo tanto, se debe conocer el capítulo arancelario y la ubicación de los productos.

La clasificación arancelaria no solo es un requisito técnico, sino una herramienta fundamental para el control aduanero, la correcta aplicación de impuestos y la transparencia en el comercio. De ahí la importancia porque que cumpla con la correcta clasificación de cada uno de

los artículos que se importan en estos comercios, por lo que es un proceso dentro de la importación que se debe cumplir voluntariamente de parte de los importadores o comerciantes con el fin de que cumplan sus deberes formales.

### **Interpretación de los Datos**

Al analizar los datos disponibles en el presente tema de investigación, se puede ver como las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense se basan en varias tendencias como, la creciente demanda de la variedad de productos de marcas reconocidas a precios bajos que ofrecen estos comercios lo que impulsa la oferta de este tipo de productos en el cantón de Montes de Oca. Además, los consumidores del cantón de Montes de Oca buscan constantemente oportunidades de ahorro, lo que ha llevado a un auge en la compra de artículos de calidad a precios bajos.

Las importaciones de productos por parte de las tiendas tipo *Outlet* crecen exponencialmente, se genera por esta razón, una activación en el comercio y la economía del país, que como efecto dominó surge la creación de más y nuevos empleos, ya sea de forma directa porque son contratados por las tiendas o de forma indirecta; además surge la actividad de reventa de estos productos como oportunidad para muchos de generar ingresos en el cantón de Montes de Oca.

Además, se comprende la necesidad de la implementación de mejoras por parte de las instituciones gubernamentales involucradas en el proceso de importación de productos tipo *outlet* quienes son los encargados de emitir las normas, requisitos, regulaciones y controles que se deben aplicar, así como de los auxiliares de la función pública quienes son los encargados de velar por el cumplimiento de dichos controles.

Además, cumplir con toda la normativa es de suma importancia para quienes desean iniciar en la importación de productos tipo *outlet* en el cantón de Montes de Oca, esta responsabilidad asegura un proceso de importación fluido, eficiente y conforme a las leyes nacionales genera confianza entre las partes involucradas, llámese, proveedores, importadores, agentes de aduana y autoridades, reduce disputas y facilita la planificación y ejecución de la actividad económica.

Lo más importante es que los importadores deben mostrar más compromiso y responsabilidad a la hora de realizar las importaciones, ya que, al importar, se deben presentar ciertos documentos de manera obligatoria, tales como el conocimiento de embarque, el certificado de origen y la factura de compraventa de los productos, ya que estos certifican que la importación

contiene la información requerida; sin ellos, la carga puede ser retenida en la aduana, lo que causa retrasos y costos adicionales para las partes involucradas

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

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron con ayuda de los documentos investigados y el análisis de las respuestas brindadas por los entrevistados. Se desea sintetizar los puntos más relevantes del estudio y exponer los datos encontrados a lo largo del texto para contribuir al conocimiento, así como detallar sugerencias que pueden ser de interés y validez para la elaboración del proyecto y la mejora continua de la investigación.

### **Conclusiones**

- Una tendencia que está ligada al crecimiento de las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense son los costos en definitivo relacionados a la hora de adquirir e importar estos productos, ya que los precios en Estados Unidos son realmente bajos y a la hora de importar en el país, mediante la incorrecta declaración, ya sea por desconocimiento o porque lo hacen, los precios a la hora de su venta final son bastante bajos en comparación con los otros comercios, lo que ha ocasionado un buen porcentaje en las ganancias de esta actividad comercial en el cantón de Montes de Oca.
- Además, esto han encadenado que la población del cantón de Montes de Oca tenga la preferencia y la aceptación por los comercios tipo *outlet*, conforme el análisis de la categoría consumidor vemos que esta actividad comercial ha sido bastante bien acogida por la población, por lo que se considera que estas importaciones se basan en la tendencia de las preferencias de los consumidores, lo que está llevando el aumento en la apertura de estas tiendas no solo en el cantón de Montes de Oca, sino en todo el territorio nacional, basta con solo realizar un recorrido para visualizar esta tendencia.

- Una tendencia importante en las importaciones de productos tipo *outlet* es la producción de artículos de calidad. Si bien existen opiniones encontradas respecto a la calidad de estos productos, las marcas internacionales buscan posicionarlos no solo a precios accesibles, sino también con un estándar aceptable de calidad. A esto se suma la gran variedad de productos disponibles en un mismo lugar, lo que lleva a los dueños de estas mercancías a aprovechar los canales de distribución tipo *outlet*. Esto beneficia tanto a los importadores como a los consumidores, quienes antes debían viajar para acceder a este tipo de artículos.
- Otra razón identificada en el análisis sobre el crecimiento de las importaciones tipo *outlet* en el mercado costarricense es la reventa. La población del cantón de Montes de Oca aprovecha los bajos precios de estos artículos no solo para consumo personal, sino también como una oportunidad de negocio. Muchos adquieren productos, especialmente en los días de promoción de artículos *premium* —es decir, los de mejor calidad— para luego revenderlos de manera informal a través de redes sociales como Facebook. Esta práctica ha incentivado la importación de estos productos, promoviendo una dinámica comercial alternativa.
- Por otro lado, una de las principales ventajas de las importaciones tipo *outlet* ha sido su impacto positivo en la generación de empleo. El aumento en la apertura de este tipo de tiendas en el cantón de Montes de Oca ha generado nuevas oportunidades laborales en diversas áreas, tanto en puestos directos dentro de los establecimientos como en empleos indirectos en sectores relacionados con esta actividad comercial. Esto ha beneficiado a un número significativo de costarricenses, contribuyendo al dinamismo del mercado laboral y fortaleciendo la economía local, lo que enlaza con la siguiente categoría analizada.
- El dinamismo económico es otra de las ventajas de las importaciones de artículos tipo *outlet* para el mercado costarricense. El entorno ha sido favorable para la creación y expansión de estas tiendas, lo que, a su vez, ha impulsado la generación de empleo. Sin embargo, este mismo entorno ha generado cierto descontento entre otros empresarios del cantón de Montes de Oca debido a la creciente competencia en el mercado. A pesar de ello, esta

situación resulta positiva, ya que fomenta un ciclo de mejora continua que beneficia a las empresas, los consumidores y la economía en general.

- Por otra parte, se destaca que una desventaja clara de las importaciones tipo outlet en el cantón de Montes de Oca ha sido la competencia desleal que pueden generar en el mercado. Muchos comercios tradicionales, especialmente aquellos que se esfuerzan por cumplir con los costos asociados a la regulación y la formalidad, no pueden competir con los precios de venta que ofrecen las tiendas tipo outlet. Aunque la competitividad suele ser un factor positivo, ya que incentiva a las empresas a ganarse la preferencia de los consumidores a través de la calidad y la ética, en este caso no se da de igual manera. En numerosas ocasiones, se ha evidenciado que ciertas tiendas tipo outlet logran reducir costos mediante prácticas que están ligadas en la informalidad, lo cual afecta negativamente a los negocios locales. Esto genera una ventaja injusta sobre los comercios formales, que deben enfrentar costos adicionales para mantenerse en regla, y les quita mercado. En este sentido, la competencia desleal se convierte en un desafío para el comercio justo y el desarrollo sostenible de los negocios tradicionales, los cuales se ven presionados a reducir sus márgenes de ganancia o incluso a cerrar sus puertas al no poder igualar las condiciones de venta de estos comercios.
- Además, se concluye que otra desventaja significativa de las importaciones de productos tipo *outlet* en el mercado costarricense es la falta de cumplimiento por parte de algunos importadores en la correcta declaración de las mercancías. Esto impacta directamente en la captación de tributos por parte de la Dirección General de Aduanas, ya que la defraudación fiscal debilita los ingresos necesarios para financiar servicios públicos y programas de desarrollo. Además de la subdeclaración de mercancías, se observan prácticas que comprometen el cumplimiento de normas de etiquetado y de seguridad, lo que genera riesgos adicionales tanto para los consumidores como para el mercado en general, de ahí surge la conclusión de la siguiente categoría.

- Se determina que el control por parte de las autoridades, en este caso el Sistema Nacional de Aduanas, resulta insuficiente para hacer frente a los desafíos que plantean las importaciones tipo *outlet*. Es fundamental reforzar la supervisión en las entradas de mercancías al país y asegurar la correcta aplicación de los controles aduaneros en este tipo de importaciones. Esto requiere un enfoque más riguroso en la inspección de los productos para garantizar que cumplan con todas las normativas fiscales y de seguridad antes de llegar al consumidor final. Además, es necesario que el Sistema Nacional de Aduanas implemente estrategias de control efectivas, auditorías a los comercios y capacitación especializada para los agentes aduaneros quienes son los que realizan la declaración aduanera bajo fe de juramento.
- Se establece que, la contaminación es otra desventaja significativa de estas importaciones tipo outlet, ya que la falta de un control exhaustivo en la calidad de los productos permite, la entrada de mercancías en mal estado o que no cumplen con los estándares de calidad necesarios. Como resultado, muchos de estos productos tienen una vida útil extremadamente corta y rápidamente se convierten en desechos, lo que genera grandes cantidades de basura que, en muchos casos, no puede reciclarse ni ser aprovechada de manera responsable. Además, produce debido al desorden en los cajones de estas tiendas veces los empaques se dañan, por lo que, muchos de los artículos terminan incompletos creando así más acumulación de residuos que no solo afecta al medio ambiente, sino que también representa un problema para los sistemas de gestión de desechos en el cantón de Montes de Oca, que deben hacer frente a volúmenes crecientes de materiales no reciclables y difíciles de manejar.
- Por otra parte, en la última unidad, se destaca que, los permisos sanitarios y fitosanitarios son esenciales dentro del procedimiento de importación definitiva de artículos que lo requieran y en muchas ocasiones se ha evidenciado que no se cumplen con estos permisos por parte de los comercios tipo outlet, por esta razón es esencial informar y capacitar a los importadores sobre los procedimientos correctos para la importación de estos artículos, por otro lado, la Dirección General de Aduanas debe implementar medidas para identificar productos restringidos o prohibidos.

- Por su parte, se demuestra que la factura es un documento fundamental dentro del procedimiento de importación de artículos, ya que contiene información detallada y necesaria para el cumplimiento de las normativas vigentes. Este documento permite identificar y verificar datos esenciales sobre las mercancías importadas, como el tipo de producto, cantidad, valor declarado, país de origen, y otros detalles clave que facilitan el cálculo de tributos y la aplicación de los controles aduaneros. Por ello, es imprescindible que se realice y se verifiquen todos los datos de la factura de manera precisa para asegurar que cumpla con los requerimientos necesarios establecidos en la Ley General de Aduanas y su Reglamento.
- Además, se destaca que los procedimientos al momento en que una mercancía con un régimen de importación definitiva se debe basar en la Ley General de Aduanas y su Reglamento y muchos de los importadores no tienen conocimiento de esta, por lo que es importante instarlos a cumplir con las normativas aduaneras para evitar posibles sanciones o multas que pueden derivarse de errores en la importación.
- Se concluye que la clasificación arancelaria es un elemento esencial en los procesos de importación, ya que permite asignar correctamente el código arancelario específico a cada producto, lo cual garantiza el pago adecuado y justo de los impuestos correspondientes. Este proceso de clasificación, basado en un sistema armonizado de códigos a nivel internacional, permite determinar con precisión el tipo de arancel aplicable a cada mercancía, considerando aspectos como el material, el uso previsto, la composición y el valor del producto. De esta manera, una clasificación arancelaria adecuada de estos artículos asegura la correcta recaudación de tributos.
- Por último y respondiendo a la pregunta del planteamiento del problema, se concluye que analizar las tendencias de los outlets en el mercado costarricense es crucial para comprender su ventajas y desventajas, desde el comercio minorista y el empleo hasta la sostenibilidad y la regulación. Este análisis proporciona información valiosa que puede llegar a ayudar a las empresas, los formuladores de políticas e instituciones públicas a tomar decisiones

informadas y a desarrollar estrategias que maximicen los beneficios económicos mientras se mitigan los efectos negativos en el cantón de Montes de Oca.

### **Recomendaciones**

- Se sugiere a los importadores que se dedican a la importación de artículos tipo *Outlet* en el cantón de Montes de Oca que, si bien los bajos costos de adquisición representan una ventaja económica considerable, es fundamental que los precios finales reflejen no solo un margen de ganancia, sino también el valor real del producto para evitar la competencia desleal con otros comercios.
- Además, se recomienda que los importadores que operan en el sector de productos tipo *outlet* en el cantón de Montes de Oca mantengan un enfoque ético y responsable en sus estrategias hacia el consumidor. En el caso de los consumidores, pueden acudir al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) para velar por sus derechos en caso de alguna infracción, como productos sin garantía, etiquetado o incompletos.
- Para fomentar una relación de confianza con los consumidores del cantón de Montes de Oca, se recomienda que los importadores de productos tipo *outlet* realicen controles de calidad o filtros en los productos para que cumplan con los estándares establecidos por la normativa costarricense; además, esto ayudará a minimizar los productos en mal estado o de baja calidad que llegan a los comercios tipo *outlet*.
- Se recomienda que, los emprendedores del cantón de Montes de Oca que participan en la reventa de productos tipo *outlet* adopten prácticas de transparencia, esto implica cumplir con los temas de tributación y legalidad de las operaciones que ejerzan bajo esta actividad económica para evitar la informalidad como la debida inscripción en el Ministerio de Hacienda y la C.C.S.S.
- También, se recomienda que las empresas que operan tiendas tipo *outlet* en el cantón de Montes de Oca enfoquen sus esfuerzos en ofrecer empleos de calidad y salarios justos

conforme el Ministerio de trabajo y Seguro Social, además, de la importancia de invertir en la capacitación de sus empleados para mejorar el servicio al cliente, lo cual contribuye a fortalecer este mercado.

- Asimismo, se aconseja crear entre los importadores, comerciantes de tiendas tipo outlet y autoridades como la Dirección General de Aduanas y la Cámara de Comercio de Costa Rica, una estrategia clave para comprender y abordar las inquietudes de los empresarios, promoviendo colaboraciones y soluciones beneficiosas para todos, lo que contribuirá a un mercado más dinámico y diverso la idea no es ser un obstáculo para estas importaciones, pero si fomentar entre los comercios el cumplimiento de las normativas.
- Al mismo tiempo, se sugiere que, las autoridades como el Ministerio de Hacienda promuevan un entorno de competencia justa, donde todos los empresarios, tanto de tiendas tipo outlet como de otros sectores, para que puedan prosperar mediante la implementación de normativas claras y equitativas en el ámbito de importaciones y el pago de aranceles.
- Se recomienda al Servicio Nacional de Aduanas reforzar los controles mediante la obligación de la revisión de las cargas por parte de los auxiliares de la función pública antes de tramitar el DUA, para evitar errores u omisiones en las importaciones de productos tipo outlet.
- Se recomienda al Ministerio de Hacienda proponer establecer cuotas de importación para las importaciones de productos tipo outlet o crear unidades de cumplimiento para controlar los que importen artículos que las autoridades consideren tienen un mayor riesgo.
- Se recomienda de parte de los auxiliares de la función pública, alertar sobre posible defraudación para que el importador corrija su declaración, y en caso de la aduana, realizar una inspección detallada de las mercancías para identificar la afectación de esa defraudación, y si es necesario aplicar procesos administrativos de parte de la aduana.

- Asimismo, se sugiere a la Dirección General de Aduanas crear un filtro sobre importaciones de artículos en mal estado, ya que el riesgo de grandes cantidades de desechos contribuye a la contaminación ambiental, además de parte de la Municipalidad del cantón de Montes de Oca promover políticas para que se incentiven a los importadores a responsabilizarse por el uso final de los productos en malas condiciones o no vendidos, como programas de reciclaje.
- Se recomienda a los importadores de productos de tiendas tipo *outlet*, realizar el cumplimiento de los permisos sanitarios y fitosanitarios, además de un esfuerzo interinstitucional es decir Ministerio de Hacienda, Ministerio de agricultura o Ganadería, Ministerio de salud y Policía de control Fiscal para controlar los productos que ingresan al país y puedan poner en riesgo la salud de los costarricenses.
- Se recomienda a los importadores un muy detallado manifiesto de carga y factura real de importación, es importante que toda la información este correcta, la factura debe estar en el idioma español, detallando además la información que como mínimo debe contener, el valor unitario y total de la mercancía, tipo de embalaje, las marcas, números, clases y cantidades parciales y total de bultos, todo lo anterior con el fin de cumplir correctamente con los procesos de importación basados en la Ley General de Aduanas y su Reglamento.
- Por último, se invita a los importadores de artículos tipo *outlet* en el cantón de Montes de Oca cumplir o velar por la correcta clasificación de los productos que se desean importar al país, si bien muchos no tienen el conocimiento es importante reconocer que cada producto debe ser clasificado para su correcta aplicación de tributos por lo tanto deben contratar personal calificado como agencias de aduanas para velar por el cumplimiento de este y todos los procedimientos para la importación definitiva de estos artículos.

## **CAPÍTULO VI: PROPUESTA**

### **Objetivo General**

Diseñar una página web que centralice el acceso al manual de procedimientos para la importación de productos en tiendas tipo outlet en Costa Rica.

### **Objetivos Específicos**

1. Elaborar una plataforma digital accesible que permita a los importadores acceder al manual de procedimientos para la importación de productos de manera eficiente.
2. Crear un manual que evidencie paso a paso cómo iniciar el proceso de importación de los productos tipo outlet en Costa Rica cumpliendo con las normativas del país.

### **Justificación**

Se plantea una propuesta con el fin de mejorar el proceso de compra internacional tanto para los actuales importadores, así como para quienes deseen iniciar en este modelo de negocio de productos de tiendas tipo outlet, los cuales ofrecen productos a precios reducidos, generalmente mercancías de temporadas anteriores o con leves defectos. En Costa Rica, este modelo de negocio ha crecido considerablemente, lo que exige un marco operativo adecuado para la importación de estos productos. Si se mejora estos procesos no solo se asegura el cumplimiento de las normativas del país, sino que también optimizaría la gestión interna de cada una de las empresas que se dediquen a este formato de negocio.

La iniciativa nace debido a la poca información sobre este nuevo modelo de negocio la cual no cuenta con una facilidad para conocer los procesos aduaneros. El manual propone un conjunto de procedimientos estandarizados que garanticen que los productos sean clasificados correctamente, y su declaración ante las autoridades sea conforme a la legislación vigente. Esto hará que las tiendas tipo outlet operen con mayor transparencia y eficiencia, también es una forma que se aseguren que el cliente final reciba un producto bien categorizado y al precio adecuado.

Entendiendo lo anterior, cabe destacar que esta es una oferta diminuta en comparación con todas las ventajas que pueden traer consigo el desarrollo de un proceso estandarizado; con una

minuciosa planificación, alta inversión en tecnología y capacitación de personal se puede catalizar aún más la modernización para fortalecer la optimización de los procedimientos en beneficio de los participantes involucrados, la seguridad aduanera y la economía nacional.

### **Propuesta**

Con el crecimiento del modelo de tiendas tipo outlet en Costa Rica, es fundamental ofrecer a los emprendedores e importadores herramientas digitales que faciliten la comprensión y cumplimiento de las normativas del país. Por ello, se propone el diseño de una página web que centralice el acceso al manual de procedimientos para la importación de productos de tiendas tipo outlet en el mercado costarricense, con una sección específica que guíe a los usuarios en el proceso de establecer su propio negocio de outlet.

La plataforma será un recurso tanto para quienes buscan importar mercancías bajo el modelo de negocio tipo outlet, como para quienes desean iniciar un negocio en este sector, promoviendo el cumplimiento normativo y la eficiencia en los procesos; mediante los siguientes pasos:

#### **Diseño de la plataforma digital**

El primer paso en la propuesta es la creación de una página web intuitiva, accesible y adaptada a los diferentes dispositivos tanto computadora como celular donde los usuarios podrán encontrar toda la información necesaria para importar productos y establecer un negocio tipo outlet en Costa Rica. La página debe ser organizada, con secciones claramente definidas y de fácil navegación.

#### **Ilustración 3. Portada**



Nota: Elaboración propia, 2024

### ***Sección 1: Manual de Procedimientos para la importación de productos tipo outlet***

Esta sección detallará los pasos necesarios para importar productos bajo el modelo de tiendas tipo outlet, incluyendo documentación requerida como facturas comerciales, certificados de origen, permisos fitosanitarios para productos que lo requieran, explicación detallada de los impuestos, de valoración aduanera y clasificación arancelaria aplicables a la importación de productos para tiendas outlet, así como consejos prácticos para una importación exitosa.

#### **Ilustración 4. Manual**



Nota: Elaboración propia, 2024

## Sección 2: Guía para Emprendedores: Cómo Iniciar un Outlet

En esta sección, se ofrecerá una guía paso a paso sobre cómo iniciar un negocio de outlet, abordando aspectos clave como la selección de productos, proveedores y servicio al cliente.

La guía también incluirá un apartado especializado que ofrecerá orientación clara a quienes desean emprender en el sector de tiendas outlet, abordando aspectos legales como registrar el negocio, obtener permisos comerciales y cumplir con las normativas de protección al consumidor además de como seleccionar productos adecuados, ya sea en liquidación, fuera de temporada o con pequeños defectos.

### **Ilustración 5.** Guía



Nota: Elaboración propia, 2024

### ***Sección 3: Actualizaciones normativas***

Un espacio destinado a mantener a los importadores y emprendedores al día con los cambios en las regulaciones aduaneras, fiscales y comerciales de Costa Rica. Esta sección se actualizará periódicamente para reflejar cualquier modificación en las normativas.

## Ilustración 6. Actualizaciones



Nota: Elaboración propia, 2024

### *Sección 4: Información adicional*

En esta sección se ofrecerá los formularios de consulta y asesoría donde podrán hacer preguntas sobre procedimientos específicos y recibir respuestas personalizadas, además los importadores y emprendedores podrán descargar modelos de documentos, como facturas, guías aduaneras y formatos de declaración de impuestos.

Por otro lado, un foro o comunidad para que los emprendedores e importadores compartan experiencias y buenas prácticas, facilitando la creación de una red de apoyo para los negocios tipo outlet en Costa Rica.

## Ilustración 7. Información adicional



Nota: Elaboración propia, 2024

## Factibilidad

La propuesta es altamente factible considerando que existen múltiples plataformas que facilitan el desarrollo de sitios web accesibles y fáciles de administrar, como WordPress o Canva, que permiten agregar secciones y funcionalidades interactivas. El contenido del manual estará alineado con las normativas vigentes en Costa Rica, asegurando que los procedimientos descritos sean aplicables y actualizados.

Adicional, la creciente popularidad de los negocios tipo outlet en Costa Rica indica una alta demanda de recursos informativos que faciliten la apertura y operación de este tipo de tiendas, por lo que la plataforma responde a una necesidad real.

**Tabla 4. Cronograma**

Fase	Actividades	Duración
<b>1. Planificación</b>	Definición de contenidos y estructura de la página web	2 semanas
<b>2. Diseño</b>	Creación de la página web y desarrollo de funcionalidades	4 semanas
<b>3. Elaboración del Manual</b>	Redacción del manual de procedimientos	3 semanas
<b>4. Prueba Piloto</b>	Lanzamiento de la página en fase de prueba con usuarios seleccionados	2 semanas
<b>5. Ajustes</b>	Corrección de errores y ajustes con base en retroalimentación	2 semanas
<b>6. Lanzamiento Oficial</b>	Publicación completa de la plataforma para el público	1 semana

Nota: Elaboración propia, 2024

## Recursos

- ❖ Hosting y dominio
- ❖ Herramientas como Google Analytics

- ❖ Infografías y documentos descargables con resúmenes del manual y listas de verificación para facilitar la aplicación de los procedimientos.
- ❖ Producción de videos tutoriales y guías interactivas que expliquen los procesos de importación y los pasos para abrir un outlet.
- ❖ Implementación de chatbots o atención en línea para resolver dudas inmediatas de los usuarios.
- ❖ Google Ads, redes sociales

### **Evaluación de Resultados**

El éxito de la implementación se evaluará a través de número de visitas y usuarios con la medición del tráfico en la página web y de los usuarios que acceden al manual, además el feedback de usuarios con encuestas de satisfacción para evaluar la utilidad del contenido y la experiencia en la página.

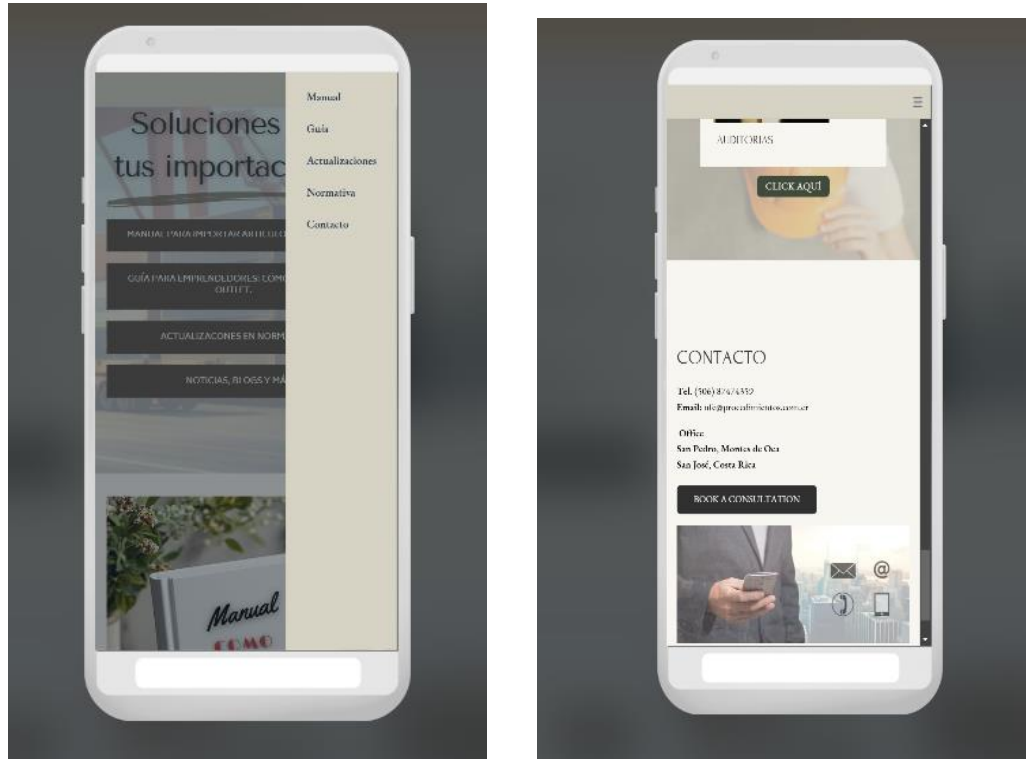
Por otro lado, evaluar si los usuarios que aplican el manual logran cumplir con los procedimientos de importación sin errores ni sanciones y un seguimiento para quienes utilicen la guía para abrir sus negocios y la eficiencia con la que completan los procesos que se requieren.

### **Sitio WEB**

- <https://procedimientoscr.my.canva.site/soluciones-para-tus-importaciones>

## Diseño dispositivo móvil

Ilustración 8. Diseño móvil



Nota: Elaboración propia, 2024

## Referencias

- Abarca Soto, D. L. A. y Rodríguez Fallas, D. M. (2019). *Análisis De Los Tránsitos Aduaneros Modalidad 80-15 Pendiente De Completar En La Aduana Caldera, Y La Aplicación De Procesos Administrativos A Los Auxiliares De La Función Pública, Periodo 2014 Al 2018* (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica Nacional.
- AfterWork. (2016). Las ventajas de ir de compras a un centro Outlets. <https://awafterwork.com/las-ventajas-de-ir-de-compras-a-un-centro-outlets/>
- Alfaro Carpio, A. (2007). La Percepción del Concepto OUTLET, en el Comercio Costarricense: Un Caso de Estudio Mercadológico [Tesis de Licenciatura] Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.
- Alvarado, J. (2023). Hacienda inicia operativo en 10 ‘outlets’ tras detectar posibles delitos e irregularidades. El observatorio. <https://normas-apa.org/referencias/citar-periodicos/>
- Alvarado, J. (Ed.). (2023). Decisión de supervisar importaciones de ‘outlets’ ha provocado colapso de varios almacenes fiscales por contenedores retenidos. <https://observador.cr/decision-de-supervisar-importaciones-de-outlets-ha-provocado-colapso-de-varios-almacenes-fiscales-por-contenedores-retenidos/>
- Alvarado, P. G. (2021). Evaluación del procedimiento aduanero que aplica la empresa Chemelco Food Tech S.A bajo el régimen de importación definitiva en el periodo de septiembre 2019 a marzo 2020 [Universidad Técnica Nacional]. <https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/448bea64-9666-42a6-bf20-f89c57c4cc4e/content>
- Aylas Lázaro, A. R. y Alcalá de la Cruz, B. A. (2022). *El control de las aduanas en el delito de contrabando del puerto del Callao* (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma del Perú.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1776/Aylas%20Lazar%20o%2C%20Adela%20Rubi%20y%20Alacala%20de%20la%20Cruz%2C%20Betty%20Amelia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Barbero, J. A. (2010). La logística de cargas en América Latina y el Caribe: una agenda para mejorar su desempeño. <https://publications.iadb.org/en/handle/11319/6269>

Barrantes Echavarría, R. (2002). Investigación un camino al conocimiento. Universidad Estatal a Distancia.

[file:///C:/Users/moramora/Downloads/Libro Investigación camino conocimiento Barrantes.pdf](file:///C:/Users/moramora/Downloads/Libro%20Investigacion%20camino%20conocimiento%20Barrantes.pdf)

Bello Olivares, F. (2024, febrero 24). Tendencias de consumo: calidad, valor y medioambiente en la era actual. EY. [https://www.ey.com/es\\_co/consumer-products-retail/tendencias-de-consumo-calidad-valor-y-medioambiente](https://www.ey.com/es_co/consumer-products-retail/tendencias-de-consumo-calidad-valor-y-medioambiente)

Betancur, L. C. W. (2019). Costos y procedimientos logísticos en el departamento de importaciones de la empresa Papeles Okdala Sociedad Anónima [Universidad Latina de Costa Rica]. [https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/463/1/TFG\\_Ulatina\\_Laura\\_Wilches\\_Betancur.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/463/1/TFG_Ulatina_Laura_Wilches_Betancur.pdf)

Blasco Cañadas, I. (2020). *Value retail: estrategia proyectual en el outlet de lujo*. [Tesis de Grado, Universidad E.T.S]. <https://oa.upm.es/57909/>

Borbón Morales, T. S. (2023). Estudio del control aduanero y su incidencia comercial sobre las importaciones definitivas de mercancías en tiendas tipo outlet de la gran área metropolitana para el 2022 (Tesis de Bachillerato). Universidad Internacional de las Américas.

Bustillo Castillejo, M. C. (2018). Análisis comparativo de la licencia social para operar y los modelos de responsabilidad social empresarial en territorios de comunidades afrodescendientes - Estudio de casos Cartagena de Indias. *Saber, ciencia y libertad*, 14(1), 140-158. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6936097>

CACEX. (2020). Guía informativa sobre temas de comercio exterior. PROCOMER. [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa2020-03-19\\_16-47-25.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa2020-03-19_16-47-25.pdf)

CACEX. (2020). Guía informativa sobre temas de comercio exterior. PROCOMER. [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa2020-03-19\\_16-47-25.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa2020-03-19_16-47-25.pdf)

CAMARA DE IMPORTACIONES DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. (2022). La Importancia De Importar. <https://www.bing.com/ck/a?!&&P=508728ced1163745ee57e5a92cab8977bfcba71cb14787ecba68ae107d1bbc1ajmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-Bbe278d16940&Psq=La+Importancia+De+Importar+Pdf&U=A1ahr0chm6ly93d3cuy2lyys5vcmcuyxivd3aty29udgvudc91cgxvywrz10luzm9ybwutq0lsqs1mys1pbxbvnrhbmnpys1kzs1pbxbvnrhci1kdw5pby0ymdiylnbkzg&Ntb=1>

Centro de Información Jurídica en Línea. (2013). La Factura Comercial.

Centro de Información Jurídica. (s.f). La evasión y defraudación fiscal y aduanera.

Ceplan. (2021). Análisis de tendencias. [https://observatorio.ceplan.gob.pe/uploads/listado\\_metodologico/Anexo-metodologico-tendencias-2021.pdf](https://observatorio.ceplan.gob.pe/uploads/listado_metodologico/Anexo-metodologico-tendencias-2021.pdf)

- Cerquera Losada, O. H. , Pérez Gómez, V. H. y Sierra Chavarro, J. (2020). ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES DEL CAFÉ DEL HUILA. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 21 (2), 19-44. ISSN-E 2539-0554
- Céspedes Sibaja, W. (2022). *Estrategias aduaneras para la mitigación de los efectos negativos de la COVID-19 en la logística del comercio internacional de la Aduana de Peñas Blancas, Costa Rica*.(Tesis de Maestría). Universidad Nacional.  
<https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/eca33495-db4d-4923-bbec-ca8ba8dd913f/content>
- Conekta. (2023). 10 tendencias de consumo 2024 en México. Equipo Editorial Conekta.  
<https://www.conekta.com/blog/tendencias-de-consumo-en-mexico>
- Contradicciones sociales en la gestión de distribución en el comercio minorista. Santiago, 152, 306-323. e-ISSN 2227-6513
- Cordero Quinzacara, E. (2019). Los reglamentos como fuente del derecho administrativo y su control jurisdiccional. *Ius et Praxis*, (25), 1-35.
- CRUZ ROCHE, I., Díaz Martín, A. M. Gómez Suárez, M., Quiñones García, M. & SCHMITZ, A. (2019). Estrategias y posicionamiento competitivo de las empresas minoristas españolas. *Distribución y Consumo*, 3, 54-61.  
<https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/708605/5894793.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Cueva, K. A. M. (2020). “El comercio ilegal y su impacto en las actividades comerciales del cantón Huaquillas provincia de el oro”. Universidad Estatal del Sur de Manabí.
- Definición. De. (2024). Definición de Outlet. <https://definicion.de/outlet/>

Del Carmen Esquivel Segura, N., Mosquera, C. S. R., & Mojica, K. E. S. (2022). “Propuesta de un manual técnico de importación aduanera para la empresa Aeropost de la sucursal de El Roble de Puntarenas, que disminuya los inconvenientes a los usuarios con la compra de las mercancías en extranjero, para el periodo 2020-2021” [Universidad Técnica Nacional]. <https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/188586c2-7688-4254-b927-7a8864f9764f/content>

documento de Sofía

Domínguez Pérez, J. C. (2021). Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019. 17(2), 7-24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376868446002>

Durán, A. (2024). MEIC y Salud detectan incumplimientos en garantías y registros sanitarios en 15 tiendas ‘outlet’. La Nación. <https://www.nacion.com/economia/negocios/tiendas-outlet-incumplen-garantias-y-registros/ZJPKDQRVWZGDLKFBLPBLMOAFFA/story/>

Espinoza Vela, M. del P. (2021). Maestría En Ingeniería Industrial Con Mención En Planeamiento Y Gestión Empresarial [Universidad Ricardo Palma]. [https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/4529/M-IND-T030\\_10799809\\_M%20%20%20ESPINOZA%20VELA%20MERCEDES%20DEL%20PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/4529/M-IND-T030_10799809_M%20%20%20ESPINOZA%20VELA%20MERCEDES%20DEL%20PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ETERNITY GROUP. (2023). ¿Cómo beneficia la estrategia Long Tail al sector logístico? Blog de Eternity México. <https://blog.eiffmx.com/como-beneficia-la-estrategia-long-tail-al-sector-logistico>

Expansión. (s/f). Concepto procedimiento. Unidad Editorial Información Económica S.L. <https://www.expansion.com/diccionario-juridico/procedimiento.html#>

- Fénix. (2024). Outlet, qué es y qué tipos de outlet existen. <https://fenixinternacionalw.com/outlet-que-es-y-que-tipos-de-outlet-existen/>
- Fernández Rodríguez, Y. y Paz San Pedro, B. B. (2019). Procedimiento para el registro y control de los costos en la Empresa de Tecnología Médica Digita. *Scielo*, 1-9. [2073-6061-cofin-13-02-e07.pdf](https://doi.org/10.15445/scielo.org/doi/02-e07)
- fiscal en Ecuador. *Revista Eruditos*, 2(1), <https://doi.org/10.35290/re.v2n1.2021.390>
- García, A. N. (2023). “Factores que determinan la fiscalización aduanera de las operaciones de importación en México” [Universidad Autónoma de Nuevo León]. <http://eprints.uanl.mx/26946/1/1080312823.pdf>
- Gawior, B. (2022). Comportamiento del consumidor y compra por impulso en tiendas físicas de moda rápida en España [Universidad CEU Abat Oliba]. <http://hdl.handle.net/10803/393998>
- Gil Alfaro, L. (2017). El Valor en la Aduana. [https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/117139/1/TFM-CiF\\_GilAlfaro.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/117139/1/TFM-CiF_GilAlfaro.pdf)
- Godoy, F. (2023). Outlet Centers em 2023: Tendencias y Creencias para los próximos 3 años. *linkedin*. <https://es.linkedin.com/pulse/una-mirada-al-mercado-de-outlet-centers-em-2023-y-los-fernando>
- Gómez-Pablos, B. (2020). Sobre los anglicismos shopping center, mall, outlet y black friday en el español de América. *Normas*, 10(1), 22-33. doi: <http://dx.doi.org/10.7203/Normas.v10i1.17554>
- González Suárez, M. J. (2019). Una visita a las tiendas 'outlet' del país. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/los-outlets-crecen-en-todas-las-ciudades-de-colombia-501968>

- Grión, M. (2023). Complementariedad entre la ley de marcas y la ley de competencia desleal [Tesis de Maestría]. Universidad de Córdoba. [https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/27578/TFM\\_Maximiliano\\_Grion.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/27578/TFM_Maximiliano_Grion.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Guerra, J. P. S., Cortes, C. A. C., & Vallejo, Z. B. (2019). Análisis en el consumismo de las personas según su estatus social [Universidad Cooperativa de Colombia]. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/4c56bdd7-948f-4662-964c-7c9dd790d605/content>
- Hernández Palma, H., Barrios Parejo, I., Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16 (28),179-195. ISSN 1900-0642
- Hernández Romero, P. S. y Trejos Jara, S. F. (2023). *Análisis sobre la gestión de importaciones de la empresa Promainsa S. A. y sus repercusiones durante los periodos 2019-2021* (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica Nacional.
- Hernández, D. (2024). Tiendas outlets van en incremento en Costa Rica. *Voz de América*. <https://www.vozdeamerica.com/a/tiendas-outlets-van-en-incremento-en-costa-rica-aqui-el-porque/7575738.html>
- Hernández-Sampieri, R. (2018). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA y MIXTA (6.a ed.). <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Herrera Jiménez, R. (2006). EL CONCEPTO DE CALIDAD: UN MARCO CONCEPTUAL. *Ingeniería. Revista De La Universidad De Costa Rica*, 16(1), 107-121.

Herrera, J. (2023). Hacienda inicia operativo contra 'outlets' por sospechas de evasión.

[https://www.teletica.com/nacional/hacienda-inicia-operativo-contr-outlets-por-sospechas-de-evasion\\_345912](https://www.teletica.com/nacional/hacienda-inicia-operativo-contr-outlets-por-sospechas-de-evasion_345912)

Herrera, J. (2024). Autoridades no saben cuántos 'outlets' existen en Costa Rica. Teletica.com.

[https://www.teletica.com/nacional/autoridades-no-saben-cuantos-outlets-existen-en-costa-rica\\_359156](https://www.teletica.com/nacional/autoridades-no-saben-cuantos-outlets-existen-en-costa-rica_359156)

Huesca Rodríguez, C. (2012). Comercio Internacional.

[https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/502/1/Comercio\\_internacional.pdf](https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/502/1/Comercio_internacional.pdf)

Iblevel. (2021). Las ventajas del outlet. <https://iblevel.com/las-ventajas-del-outlet/>

Jarabo Masaveu, C.R. (2020). RETAIL 4.0: LA NUEVA ERA DE LOS CENTROS COMERCIALES. [Tesis, Universidad Pontificia].

<https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/42328/1/TFG-%20Ruiz-Jarabo%20Masaveu%2C%20Carmen.pdf>

Juárez Guevara, S. (2019). Análisis de la normativa aduanera aplicada a la importación definitiva de automóviles eléctricos, de acuerdo con la legislación actual, períodos 2017-2018. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica Nacional].

<https://repositorio.utn.ac.cr/items/d1c72788-75e3-48fe-af8a-e9dfc55ab6c6>

Koonz, W. (2012). Administración: Una Perspectiva Global y Empresarial. México: MAC GRAW HILL.

Lalanne, A. (2019). Tendencias del sistema de comercio exterior relevantes para analizar la inserción internacional del Uruguay.

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/d1aa333a-0d15-4d91-bfd2-151b15c0a55e/content>

León Cedeño , P. U., & Martillo Pazmiño , Ítalo O. (2020). Falsificación de marcas, competencia desleal y sanciones de la organización mundial del comercio. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(13), 12-26.  
<https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id141> Recibido: 09/Agosto/2021 Aceptado: 10/Septiembre/2021 Publicado: 29/Octubre/2021

Ley N°7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (19 de enero de 1995). [Sistema Costarricense de Información Jurídica](#)

Ley N°7557 de 1996. Ley General de Aduanas. 1 de julio 1996. <https://osum.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2021/10/Reglamento-a-la-Ley-General-de-Aduanas.pdf>

Ley N°7664, Ley de protección Fitosanitaria. (2 de mayo de 1997). [https://costarica.eregulations.org/media/ley\\_fitosanitaria.pdf](https://costarica.eregulations.org/media/ley_fitosanitaria.pdf)

López Vilar, D. M. (2015). The intelligence of the trends. Facultad de comunicación y documentación [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Murcia. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/371449/TMJLV.pdf>

López, J. F. (2020). La Reventa Es La Acción De Vender Algo Que Previamente Se Ha Comprado. Esto, Usualmente Con El Objetivo De Obtener Una Ganancia. <https://Economipedia.Com/Definiciones/Reventa.Html>

Luna González, A., Díaz Porras, R. Ramos Morales, V. y Mayett Moreno, Y. (2018). Caficultores replanteando su participación en la cadena del café: casos de Costa Rica y México. *Revisa de política económica y desarrollo sostenible*, 4 (1), 1-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.15359/peds.4-1.3>

- Madrigal, K. T. C. (2017). *Prácticas Desleales del Comercio y las Políticas de Control en Costa Rica*. Universidad Internacional de las Américas.
- Mairena Mora, J. C., & Mena Delgado, C. de L. Á. (2022). Análisis de la aplicación del procedimiento aduanero de conformidad con la normativa vigente en los casos de diferencia de marchamos físicos con respecto a DUAS de régimen de importación de modalidad anticipada en la jurisdicción de la aduana de Caldera en el periodo 2019 [Universidad Tecnica Nacional ]. <https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/44166505-397c-4fd2-8d14-66cd2752d663/content>
- McDonald, R., Matos Reyes, N. & Rivera, C. (2022). La influencia del conflicto social y la licencia social para operar sobre el valor de la empresa. *Estudios Gerenciales*, 38(165), 406-423. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v38n165/0123-5923-eg-38-165-406.pdf>
- Mejía Flores, O. G., Pino Jordán, R. & Pinales Choez, C.G. (2019). Políticas tributarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. Aproximación a un modelo teórico. *Revista Venezolana de Gerencia*, (24)88, 1146-1160. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051010>
- Ministerio de Hacienda (2011). Qué es TLC y los acuerdos comerciales? (<https://www.hacienda.go.cr/docs/QueesTLCyacuerdoscomerciales.pdf>)
- Ministerio de Hacienda. (2000). Valoración aduanera de las mercancías. <https://www.hacienda.go.cr/docs/RESUMENVALORACIONADUANERADELASMERCANCIAS.pdf>
- Ministerio de Hacienda. (2023). Aduanas, tributación, policía de control fiscal y ministerio de salud realizan operativo conjunto en “outlets”. <https://www.hacienda.go.cr/docs/CP912023.pdf>

Ministerio de Hacienda. (2024). Importando mercancías al país.

<https://aduanafacil.hacienda.go.cr/AduanaFacil/operaciones/3EB62116-06DF-49EB->

[B0D0-](#)

[3EADF85A88B5?ReturnUrl=https%3A%2F%2Faduanafacil.hacienda.go.cr%2FAduanaFacil%2Foperaciones](https://aduanafacil.hacienda.go.cr/AduanaFacil/operaciones/3EADF85A88B5?ReturnUrl=https%3A%2F%2Faduanafacil.hacienda.go.cr%2FAduanaFacil%2Foperaciones)

Ministerio de Salud. (2024). “Outlets” incumplen información al consumidor y reglamentos técnicos. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/prensa/61-noticias-2024/1869-outlets-incumplen-informacion-al-consumidor-y-reglamentos-tecnicos>

Miranda, M. (2021). Evasión fiscal en Panamá-una revisión teórica al contexto. Revista Científica Orbis Cognita, 5 (1), 89-105 ISSN: L2644-3813

Molinillo Jiménez, S. (2014). Distribución comercial aplicada. ESIC EDITORIAL. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j8YPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=tendencia+en+la+distribuci%C3%B3n+comercial&ots=QY0hyQo\\_2A&sig=eg6FeU4fhRKGmLIWic3tI4uhhy8#v=onepage&q=tendencia%20en%20la%20distribuci%C3%B3n%20comercial&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j8YPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=tendencia+en+la+distribuci%C3%B3n+comercial&ots=QY0hyQo_2A&sig=eg6FeU4fhRKGmLIWic3tI4uhhy8#v=onepage&q=tendencia%20en%20la%20distribuci%C3%B3n%20comercial&f=false)

Monge Valverde, R. y Arce Portuguez, R. (2017). ESTUDIO DE LAS MERCANCÍAS OBJETO DE COMERCIO INTERNACIONAL. Imprenta Nacional. [https://www.imprentanacional.go.cr/editorialdigital/libros/textos%20juridicos/merce\\_segunda\\_edicion.pdf](https://www.imprentanacional.go.cr/editorialdigital/libros/textos%20juridicos/merce_segunda_edicion.pdf)

Montero Salazar, M. (2024). Locura por los outlets ¿Cómo funcionan estos negocios y por qué resultan más baratos que el comercio tradicional? [https://www.teletica.com/reportajes/locura-por-los-outlets\\_350348](https://www.teletica.com/reportajes/locura-por-los-outlets_350348)

- Montoya Carmona, D. E., Restrepo Vásquez, L. J., Gaarcía Patiño, V. A. y Jiménez Londoño, J. A. (2020). Afectaciones económicas generadas por las importaciones en las empresas industriales del sector textil en la ciudad de Medellín, Antioquia durante los años 2017, 2018 y 2019. *Revista CIES*, 11(2), 25-44.  
<http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/viewFile/294/319>
- Monumental. (2024). Cámara de Comercio denuncia competencia desleal en “outlets de cajón” y riesgos para la salud de clientes. <https://www.monumental.co.cr/2024/08/22/camara-de-comercio-denuncia-competencia-desleal-en-outlets-de-cajon-y-riesgos-para-la-salud-de-clientes/>
- Muriel Arenas, J. F. (2020). La subfacturación de mercancías como expresión del delito de contrabando y sus efectos en Colombia para 2016. *Revista CIES*, 11(2), 141-159. ISSN-e 2216-0167
- Navarro, A. (2019). Outlet Malls. Un fenómeno comercial que se afianza y crece en Europa. La agencia de viajes. <https://www.ladevi.info/outlet-malls-un-fenomeno-comercial-que-se-afianza-y-crece-europa-n12577>
- Navarro, A. J. (2019). Outlet Malls. Un fenómeno comercial que se afianza y crece en Europa. <https://www.ladevi.info/outlet-malls-un-fenomeno-comercial-que-se-afianza-y-crece-europa-n12577>
- Nedelcu Nedelcu, P. E. (2016). El estado actual del Sistema Aduanero Nacional y sus efectos en la sociedad costarricense. ULACIT.  
<http://44.209.83.190/bitstream/handle/20.500.14230/9422/046780.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Nuria. (2018). Tendencias en procesos de producción. CGM.  
<https://www.cgmservicios.es/tendencias-en-procesos-de-produccion/>
- O'Neal Coti, K. (2019). El problema ambiental más grave en Costa Rica es el consumo.  
<https://www.ucr.ac.cr/gils/2019/7/16/el-problema-ambiental-mas-grave-en-costa-rica-es-el-consumo.html>
- Ortiz, G. (2008). Quinta Conferencia Anual del Centro sobre el Capitalismo y la Sociedad: “El Dinamismo Económico y la Inclusión”. 1-8. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/discursos/%7B80C1F004-8100-062E-25A7-90A33565C75B%7D.pdf
- Ortiz, G. (2008). Quinta Conferencia Anual Del Centro Sobre El Capitalismo Y La Sociedad: “El Dinamismo Económico Y La Inclusión”. 1-8.
- Páez, A. P. B., & Marcos, A. M. M. (2023). Factores Del Comportamiento De Compra De Los Clientes Jovenes En La Tienda Estilos De La Sucursal Huaral, 2022 [Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream>
- Palacios Anzules, I. D. C. y Moreno Castro, D. W. (2022). Contaminación ambiental. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 93-103.  
 10.26820/recimundo/6.(2).abr.2022.93-103
- Palencia Landines, S. A. (2019). La competencia desleal como mecanismo de protección de la libre competencia económica. especial referencia al uso de los signos distintivos [Tesis de licenciatura]. Universidad autónoma de Bucaramanga.  
[https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/7012/2019\\_Tesis\\_Sheryl\\_Argeniz\\_Palencia\\_Landines.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/7012/2019_Tesis_Sheryl_Argeniz_Palencia_Landines.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paredes Cruz, R. E. & García Tamayo, G. H. (2021). Cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión- /handle/20.500.14067/7417/tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Pedroni, F.V., Briozzo, A.E., Pesce, G. (2019). ¿Por qué no declarar todo? Determinantes de la subfacturación empresarial en la Argentina. LIV Reunión Anual Asociación Argentina de Economía Política. Bahía Blanca. En RIDCA. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5172>
- Poder Judicial República De Costa Rica. (2020). Defraudación Fiscal. <https://Diccionariosual.Poder-Judicial.Go.Cr/Index.Php/Diccionario/37324?Layout=Edit>
- Poder Judicial. (2020). La factura comercial. <https://diccionariosual.poder-judicial.go.cr/index.php/diccionario/factura-comercial>
- Pons, M. (2019). El libro de los permisos. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.marcialpons.es/media/pdf/9788491235880.pdf
- Porras Velásquez, N. R., y L.C. Parra D'aleman (2019). La felicidad en el trabajo: entre el placer y el sentido. Equidad y Desarrollo, (34), 181-197. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss34.9>
- PROCROMER. (2007). Manual De Notas Técnicas De Importación Y Otros Trámites Previos A La Importación. [https://cremacr.org/wp-content/uploads/2011/09/MANUAL\\_DE\\_NOTAS\\_TECNICAS\\_DE\\_IMPORTACION.pdf](https://cremacr.org/wp-content/uploads/2011/09/MANUAL_DE_NOTAS_TECNICAS_DE_IMPORTACION.pdf)
- PROCROMER. (2016). Guía Informativa sobre temas de Comercio Exterior. Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX). [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa\\_sobre\\_temas\\_de\\_comercio\\_exterior2020-03-17\\_17-54-02.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa_sobre_temas_de_comercio_exterior2020-03-17_17-54-02.pdf)
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014). Diccionario de la lengua española. La 23.a edición. <https://dle.rae.es/implicaci%C3%B3n>

- Real Academia Española. (2023). Desventaja. <https://dle.rae.es/desventaja>
- Real Academia Española. (2023). definicion de productos. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/producto>
- Reig García, P. (2020). E-Commerce. Una Nueva Tendencia De Futuro [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42515/TFG-N.%201406.pdf?sequence=1>
- Repiso Martín, G. (2021). *El Mercado de Reventa Online de Moda Urbana* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51520/TFG-E-1268%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Resolución N° DGT-R-48-2016 [Ministerio de Hacienda]. Comprobantes electrónicos. 7 de octubre de 2016. <https://oaf.ucr.ac.cr/system/files/Resolucion%20Comprobantes%20Electronicos%20%20DGT-R-48-2016.pdf>
- Reveu. (2020). Explicación: El negocio del Outlet o tienda de saldos. <https://www.reveeu.com/compras/explicacion-el-negocio-del-outlet-o-tienda-de-saldos>
- Rivera Tenorio, M., Camacho Cornejo, D. y Moya, R. (2018). Percepción del mercado costarricense acerca del uso cerchas prefabricadas con madera de plantaciones forestales y unidas con placas metálicas. *Revista Forestal Mesoamericana*, 16(38), 35-46. DOI: 10.18845/rfmk.v16i38.3994
- Rizo, M. (s/f). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. <https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-I/FCI-I%20Tema%205%20texto%20c%201.pdf>

- Rodríguez, J. C., Ortiz, C. & Broitman, C. (2020). Chile, país minero. Licencia social y lugares de enunciación en los conflictos socioambientales en Chile. *Revista Izquierdas*, 49, 2900-2922. <https://www.scielo.cl/pdf/izquierdas/v50/0718-5049-izquierdas-50-38.pdf>
- Rodríguez, K. G., Ortiz, O., Quiroz, A. Parrales, M. I. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100-118. DOI: 10.48082/espacios-a20v41n42p09
- Rojas, J. (2022). Los outlets: la tierra prometida de compradores compulsivos y revendedores. *La Nación*. <https://www.nacion.com/revista-dominical/los-outlets-la-tierra-prometida-de-compradores/EZ5NGKMS3RBS3OW3OI4VGF6MQQ/story/>
- Salgado, E. (2023). ¿QUÉ ES UNA TENDENCIA? *Círculo de Tendencias*. <http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>
- Sánchez Pérez, M., Estrella Ramón, A. M., Ruiz Real, J. I. y García Ramírez, A. (2011). La Distribución Comercial En Europa: Situación Actual Y Tendencias. *Revista de Estudios Empresariales*, 2, 67-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5089679>
- Shaney, A. H. H. (2023). ESTRATEGIA LÓGISTICA PARA LA IMPORTACIÓN DE PROTEÍNA DE SOYA TEXTURIZADA COMO MATERIA PRIMA DESDE MÉXICO HACIA COSTA RICA, EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2023 [Universidad Internacional de las Américas ]. <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/11abc007-011a-4345-aa9b-e991ba5eaac2/content>
- Sibaja, W. C. (2022). Estrategias aduaneras para la mitigación de los efectos negativos de la COVID-19 en la logística del comercio internacional en la Aduana de Peñas Blancas, Costa Rica [Universidad Nacional de Costa Rica]. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23653/Trabajo%20Final%20de%20G>

raduaci% c3% b3n% 20Wilson% 20C% c3% a9spedes% 20Sibaja..pdf?sequence=4&isAllowed=y

Sistema de Integración Centroamericana. (2024). Declaración única.

<https://www.sica.int/iniciativas/duca>

Tapia, M. (2017). Competencia desleal por culpa. *Revista Chilena de Derecho Privado*, (29), 165-207. <https://www.scielo.cl/pdf/rchdp/n29/0718-0233-rchdp-29-0165.pdf>

Tendencia en distribución , comercio internacional, si los aoutlet tienen e comercio o políticas de comercio verde

Universidad De Costa Rica. (2013). Competencia Desleal.

[https://www.bing.com/ck/a?!&&P=6959b85827917480091df707c1a3a64e310532c86b2922c202ff2b92c45ff444jmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-](https://www.bing.com/ck/a?!&&P=6959b85827917480091df707c1a3a64e310532c86b2922c202ff2b92c45ff444jmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-Bbe278d16940&Psq=La+Competencia+Desleal+Rama+Del+Derecho%3a+Derecho+Del+Consumidor.&U=A1ahr0chm6ly9jawp1bgvubgluzweudwnylmfjlmnyl3bvcnrhbc9kxznjyxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1)

[Bbe278d16940&Psq=La+Competencia+Desleal+Rama+Del+Derecho%3a+Derecho+Del](https://www.bing.com/ck/a?!&&P=6959b85827917480091df707c1a3a64e310532c86b2922c202ff2b92c45ff444jmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-Bbe278d16940&Psq=La+Competencia+Desleal+Rama+Del+Derecho%3a+Derecho+Del+Consumidor.&U=A1ahr0chm6ly9jawp1bgvubgluzweudwnylmfjlmnyl3bvcnrhbc9kxznjyxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1)

[+Consumidor.&U=A1ahr0chm6ly9jawp1bgvubgluzweudwnylmfjlmnyl3bvcnrhbc9kxznj](https://www.bing.com/ck/a?!&&P=6959b85827917480091df707c1a3a64e310532c86b2922c202ff2b92c45ff444jmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-Bbe278d16940&Psq=La+Competencia+Desleal+Rama+Del+Derecho%3a+Derecho+Del+Consumidor.&U=A1ahr0chm6ly9jawp1bgvubgluzweudwnylmfjlmnyl3bvcnrhbc9kxznjyxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1)

[yxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1](https://www.bing.com/ck/a?!&&P=6959b85827917480091df707c1a3a64e310532c86b2922c202ff2b92c45ff444jmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-Bbe278d16940&Psq=La+Competencia+Desleal+Rama+Del+Derecho%3a+Derecho+Del+Consumidor.&U=A1ahr0chm6ly9jawp1bgvubgluzweudwnylmfjlmnyl3bvcnrhbc9kxznjyxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1)

[yxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1](https://www.bing.com/ck/a?!&&P=6959b85827917480091df707c1a3a64e310532c86b2922c202ff2b92c45ff444jmltdhm9mtczmtu0mjqwma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=0714a98b-79cd-68fc-2f16-Bbe278d16940&Psq=La+Competencia+Desleal+Rama+Del+Derecho%3a+Derecho+Del+Consumidor.&U=A1ahr0chm6ly9jawp1bgvubgluzweudwnylmfjlmnyl3bvcnrhbc9kxznjyxjnyxiucghwp3e9txpvme5njtnejtne&Ntb=1)

Vasquez, J. A. (2017). Tendencias de Marketing. <https://core.ac.uk/download/pdf/326426005.pdf>

Viu Roig, M y Castillo Gutiérrez, C. (2022). Evolución de la logística: pasado, presente y futuro.

*Oikonomics*, (17), 1-8. ISSN 2339-9546

Vivas, J. R. (2019). Método DISTSEM: Procedimiento para la evaluación de distancias semánticas.

*Repositorio*

*RPsico*,

1(1),

1-13.

<http://rpsico.mdp.edu.ar/bitstream/handle/123456789/994/09.pdf?sequence=1>

- Xixi, L. (2022). Los grandes centros comerciales como polos de atracción turística. [Tesis de Licenciatura, Universidad de les Illes Balears].  
<https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/162445>
- Yanelu, R. C. Y. (2020). Fiscalización aduanera y los derechos ad-valorem en las empresas aduaneras provincia constitucional del Callao, año 2018 [ Universidad de San Martín de Porres].  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7749/ramon\\_cyy.pdf;jsessionid=7FAFAB8487F44A250CE91F7CA549A9BF?sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7749/ramon_cyy.pdf;jsessionid=7FAFAB8487F44A250CE91F7CA549A9BF?sequence=1)
- Yorlene, C. A. M., Anielka, M. B. L., & Elena, P. H. S. (2019). Descripción de las regulaciones de las técnicas y procedimientos de importación definitiva de precursores químicos al territorio aduanero nacional mediante el sistema de tecnología de información de control aduanero (TICA) en la Dirección General de Aduanas y demás entidades regulatorias. período 2012-2018 [Universidad Técnica Nacional].  
<https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/bfea2c85-6adf-460e-8448-4bac40766ecf/content>
- Zapata, M. A. K., & Rondon, M. F. (2023). Control Aduanero y el contrabando en la Intendencia de Aduana de Ilo Region Moquegua, 2023 [Universidad José Carlos Mariátegui].  
[https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/2291/Marco-Maria\\_tesis\\_titulo\\_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/2291/Marco-Maria_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Zumbado, M. A. (2019). Análisis del Procedimiento Aduanero aplicado a la importación de ropa usada en Costa Rica durante los periodos 2016 al 2017, con el fin de determinar si se está cumpliendo con lo establecido en la legislación aduanera vigente [Universidad técnica

Nacional]. [https://repositorio.utn.ac.cr/serve\\_r/api/core/bitstreams/cd3ebfbf-9c0b-4786-9b37-8cb51661a3cf/content](https://repositorio.utn.ac.cr/serve_r/api/core/bitstreams/cd3ebfbf-9c0b-4786-9b37-8cb51661a3cf/content)

de Información Geográfica, U. de I. I. D. y. S. (2024). Datos Abiertos - Municipalidad de Montes de Oca. Montes de Oca Gobierno local. <https://datos-abiertos-municipalidad-de-montes-de-oca-munimontesdeoca.hub.arcgis.com/>

## Apéndice

### Cuestionario

Universidad Internacional de las Américas

Investigador: Sofía Katalina Mora Mora

Introducción: El presente cuestionario tiene por finalidad la recolección de datos relevantes para la resolución del proyecto de investigación titulado “ANALISIS DE LA TENDENCIA EN LAS IMPORTACIONES TIPO OUTLET PARA EL MERCADO COSTARRICENSE DESDE EL 2020 AL 2023 EN EL CANTÓN DE MONTES DE OCA. Por lo tanto, se le agradece por su colaboración al realizar el siguiente cuestionario, además, cabe recalcar que todos los datos brindados serán utilizados de manera anónima y profesional, muchas gracias.

1. ¿Considera usted que la proliferación de tiendas tipo outlet en el mercado costarricense genera un impacto en la economía del país?
2. ¿Qué opina usted sobre el aumento en las importaciones tipo Outlet en el mercado costarricense?

3. ¿Cómo describiría la calidad de los productos que se comercializan en estos establecimientos?
4. ¿Cuál o cuáles desventajas considera usted que las importaciones tipo outlet generan en el mercado costarricense?
5. ¿Qué factores o tendencias considera que están influyendo en el crecimiento de las importaciones tipo outlet en el mercado costarricense?
6. ¿Considera usted que las importaciones tipo outlet benefician al consumidor costarricense y Por qué?
7. ¿Qué opina sobre la efectividad de los controles de fiscalización en este tipo de importaciones?
8. ¿Qué puntos de mejora puede proponer usted sobre las importaciones de tiendas tipo Outlet?
9. ¿Qué acciones considera usted que debe tomar la dirección General de Aduanas en cuanto a las importaciones tipo outlet?
10. ¿Cuáles son los procedimientos al momento de detectarse una mercancía que podría infringir alguna defraudación?
11. ¿Qué tipo de restricciones fitosanitarias o normativas específicas se deben de cumplir al importar productos que lo requieran?
12. ¿Cuáles podrían ser algunas limitantes para las importaciones de las tiendas tipo Outlet en el país?
13. Mencione algunos requisitos indispensables para la correcta importación de estos productos.