

Universidad Técnica Nacional

Sede Central

Carrera Comercio Exterior

Licenciatura en Administración del Comercio Exterior

Elaboración de un plan de negocios para fundar una empresa importadora de artículos de
pesca provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024

Josuar Alberto McCarthy Sánchez

Francis Fabiola Sánchez Rojas

Alajuela, 2025

Dedicatorias

El presente proyecto está dedicado a Dios por darme la fuerza necesaria para no desistir de lograr este objetivo; ya que ha sido la luz que guio mi camino durante estos años de estudio.

A mi padre Alexis Sánchez Castro y a mi madre Gerardina Rojas Villanea; ya que gracias a su apoyo y a los valores enseñados es que logre culminar mis estudios, agradezco el amor incondicional y la motivación que me han brindado en cada paso de mi camino.

A nuestro tutor Eric Alvarado Barrantes, por permanecer siempre a nuestro lado durante el desarrollo de este proyecto, por los consejos, sugerencias y motivación brindada.

Francis Fabiola Sánchez Rojas

El resultado de este trabajo es dedicado mis padres y abuela, en especial a mi madre Ana Sánchez Briton y Balbina Briton Mora mi abuela, quienes desde pequeño me han inculcado el estudio como la herramienta más importante para la superación personal. A ellos por ser ese motor para lograr cada día ser mejores personas y apoyarme en todo momento.

A nuestro tutor Eric Alvarado Barrantes, por permanecer siempre a nuestro lado durante el desarrollo de este proyecto, por los consejos, sugerencias y motivación brindada.

Josuar Alberto McCarthey Sánchez

Agradecimientos

A Dios por permitirnos lograr este objetivo, a nuestra familia por ser nuestra motivación y enseñarnos el valor de la perseverancia y a nuestros profesores que estuvieron en cada momento de este proceso aconsejándonos, motivándonos y guiándonos.

Por último, agradecemos a la Universidad Técnica Nacional por la formación brindada a lo largo de estos años, siendo un pilar fundamental para convertirnos en lo que somos el día de hoy: personas profesionales.

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| Capítulo I. Introducción..... | 1 |
| Nombre del proyecto..... | 2 |
| Estado de la cuestión..... | 2 |
| Problema central..... | 8 |
| Situación actual y situación deseada..... | 9 |
| Antecedentes del proyecto | 10 |
| Justificación del proyecto..... | 11 |
| Período de ejecución | 13 |
| Objetivos | 13 |
| Objetivo general | 13 |
| Objetivos específicos..... | 13 |
| Beneficiarios | 14 |
| Localización | 14 |
| Viabilidad financiera..... | 16 |
| Compra internacional..... | 16 |
| Transporte internacional..... | 16 |
| Seguro | 17 |
| Permisos | 17 |
| Impuestos de importación | 17 |
| Gastos de agencia de aduanas | 17 |
| Almacén fiscal/general..... | 17 |
| Transporte interno en destino..... | 18 |

| | |
|---|----|
| Gastos de publicidad | 18 |
| Salarios | 18 |
| Transporte interno | 18 |
| Página web | 18 |
| Capítulo II. Marco teórico | 19 |
| Marco teórico | 20 |
| Plan de negocios | 20 |
| Empresa | 23 |
| Plan administrativo | 24 |
| Proceso logístico | 26 |
| Importación | 28 |
| Costos | 29 |
| Estudio de mercado | 31 |
| Marco referencial | 33 |
| Capítulo III. Marco metodológico | 36 |
| Enfoque de investigación | 37 |
| Fuentes de investigación | 37 |
| Tipos de investigación | 39 |
| Instrumentos de recolección de datos | 40 |
| Variables | 41 |
| Capítulo IV. Análisis de los datos que se recopilaron | 42 |
| Elaborar un plan administrativo para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024 | 43 |
| Descripción de la idea | 43 |

| | |
|---|----|
| Descripción de la empresa..... | 44 |
| Nombre de la empresa. | 44 |
| Giro o tipo de empresa..... | 44 |
| Ubicación y tamaño. | 45 |
| Análisis del entorno..... | 45 |
| Análisis interno de la empresa..... | 46 |
| Misión y visión..... | 48 |
| Misión..... | 48 |
| Visión..... | 48 |
| Estructura organizacional..... | 48 |
| Acciones..... | 49 |
| Corto plazo..... | 49 |
| Largo plazo..... | 50 |
| Ventajas competitivas..... | 50 |
| Requisitos para la constitución de una empresa en Costa Rica..... | 51 |
| Tramitología necesaria..... | 51 |
| Uso de suelo y patente municipal. | 51 |
| Inscripción como contribuyente..... | 53 |
| Inscripción en Seguro Social. | 53 |
| Permiso sanitario de funcionamiento..... | 54 |
| Pólizas de riesgo. | 55 |
| Tramitología complementaria..... | 56 |
| Registro de marca o nombre comercial. | 56 |

| | |
|--|----|
| Elaborar un plan de mercadeo para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024..... | 57 |
| Estrategias de marketing | 65 |
| Objetivos de la mercadotecnia | 65 |
| Mercado meta | 65 |
| Perfiles de clientes potenciales..... | 66 |
| Mezcla de mercadeo | 67 |
| Producto..... | 67 |
| Logotipo | 69 |
| Eslogan | 69 |
| Promoción | 69 |
| Precio | 71 |
| Plaza | 75 |
| Instrumentos de marketing | 76 |
| Evaluación y control..... | 77 |
| Mecanismos formales de control..... | 78 |
| Mecanismos de control operativo..... | 78 |
| Determinar el proceso logístico para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024..... | 79 |
| Barreras arancelarias | 82 |
| Barreras arancelarias de cañas de pescar | 82 |
| Barreras arancelarias de carretes de pesca..... | 83 |
| Barreras arancelarias de anzuelos de todo tipo y tamaño como insumo para la pesca. | 84 |

| | |
|--|-----|
| Regulaciones y requisitos de importación..... | 84 |
| Etiquetado y envasado..... | 85 |
| Ley n° 7472 sobre el etiquetado y envasado..... | 86 |
| Decreto 37899 sobre el etiquetado y envasado..... | 86 |
| Ficha de proceso de importación..... | 86 |
| Flujo de importación..... | 89 |
| Elaborar un análisis económico-financiero para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024..... | 93 |
| Capítulo V. Conclusiones..... | 103 |
| Referencias..... | 107 |
| Anexos..... | 114 |
| Anexo 1. Cotización FCL China..... | 115 |
| Anexo 2. Cotización de carga LCL desde China..... | 116 |
| Anexo 3. Cadena de valor..... | 117 |
| Anexo 4. Cronograma de actividades..... | 118 |
| Anexo 5. Solicitud de marca..... | 119 |
| Anexo 6. Formulario patente comercial..... | 121 |
| Anexo 7. Formulario patente para uso de suelo..... | 123 |
| Anexo 8. Formulario de solicitud de permiso..... | 124 |
| Anexo 9. Declaración jurada..... | 126 |
| Anexo 10. Formulario de inscripción patronal..... | 131 |
| Anexo 11. Cotización de Harbour International..... | 133 |
| Anexo 12. Cotización de Blue Fox Sporting Goods Co., Ltd..... | 134 |
| Anexo 13. Encuesta a clientes potenciales..... | 135 |

Tabla de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Diagrama causa-efecto | 8 |
| Figura 2 Organigrama de Wahoo Fishing..... | 48 |
| Figura 3 Edad de las personas encuestadas | 58 |
| Figura 4 Provincia en la que residen las personas encuestadas | 58 |
| Figura 5 Ocupación de clientes potenciales..... | 59 |
| Figura 6 Tipo de pesca..... | 60 |
| Figura 7 Lugares donde se practica la pesca..... | 60 |
| Figura 8 Marcas de cañas, señuelos y carretes mayormente conocidas por los encuestados en número de cantidad de personas | 61 |
| Figura 9 Frecuencia de compra de artículos de pesca | 62 |
| Figura 10 Gastos aproximados por compra en artículos de pesca..... | 63 |
| Figura 11 Preferencias de modalidades de pago..... | 63 |
| Figura 12 Plataformas digitales que se utilizan para la compra de artículos de pesca | 64 |
| Figura 13 Distribución directa | 75 |
| Figura 14 Distribución indirecta | 76 |
| Figura 15 Valores CIF por país de procedencia desde 2020 hasta 2023 | 79 |
| Figura 16 Valores CIF por partida desde 2020 hasta 2023..... | 80 |
| Figura 17 Cantidad de bultos importados desde 2020 hasta 2023..... | 80 |

| | |
|--|-----|
| Figura 18 Cantidad de bultos importados por la aduana de control desde el año 2020 hasta el año 2023 | 81 |
| Figura 19 Costo CIF por modalidad de transporte desde 2020 hasta 2023 | 82 |
| Figura 20 Flujo de importación | 90 |
| Figura 21 Modelo de negocio propuesto | 102 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Flujo de caja..... | 16 |
| Tabla 2 Análisis del entorno PEST..... | 45 |
| Tabla 3 Análisis FODA de la empresa | 47 |
| Tabla 4 Cálculo del costo de la patente municipal | 52 |
| Tabla 5 Costos de permisos de funcionamiento según grupo de riesgo | 55 |
| Tabla 6 Póliza de riesgo..... | 56 |
| Tabla 7 Costo registro de marca comercial | 57 |
| Tabla 8 Herramienta: personas del mercado meta..... | 66 |
| Tabla 9 Herramienta: personas del mercado meta #2..... | 67 |
| Tabla 10 Lista de productos de Wahoo Fishing | 68 |
| Tabla 11 Comparativa de precios de cañas de pesca de la competencia | 72 |
| Tabla 12 Precios de venta | 74 |
| Tabla 13 Instrumentación de comunicación comercial | 77 |
| Tabla 14 Impuestos a la importación de cañas de pescar | 83 |
| Tabla 15 Impuestos a la importación de carretes de pesca | 83 |
| Tabla 16 Impuestos a la importación de anzuelos de pesca | 84 |
| Tabla 17 Barreras no arancelarias a la importación..... | 85 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 18 Ficha de procesos..... | 87 |
| Tabla 19 Perfil de puestos y salarios | 91 |
| Tabla 20 Salarios mensuales y anuales con cargas sociales | 91 |
| Tabla 21 Servicios subcontratados | 92 |
| Tabla 22 Cotización agencias aduanales | 94 |
| Tabla 23 Costos fijos y variables..... | 94 |
| Tabla 24 Inversión inicial del proyecto | 95 |
| Tabla 25 Estimado de ingresos mensuales y anuales | 97 |
| Tabla 26 Flujo de caja mensual | 99 |
| Tabla 27 Flujo de caja proyectado..... | 101 |

Índice de abreviaturas

FCL: contenedor completo.

LCL: carga consolidada.

Chárter del proyecto

| | |
|-------------------------------|---|
| Nombre del proyecto | Elaboración de un plan de negocios para fundar una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024 |
| Fecha de inicio | Octubre 2023 |
| Fecha de cierre | Octubre 2024 |
| Responsable(s) | Josuar Alberto McCarthy Sánchez Francis Fabiola Sánchez Rojas |
| Objetivo general | Elaborar un plan de negocios para la fundación de una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024 |
| Objetivos específicos | Elaborar un plan administrativo para la fundación de una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024 Elaborar un plan de mercadeo para la fundación de una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024 Determinar el proceso logístico para la fundación de una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024 Analizar un plan financiero para la fundación de una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024 |
| Lugar donde se realiza | Alajuela, Costa Rica |

Capítulo I. Introducción

Nombre del proyecto

Elaboración de un plan de negocios para fundar una empresa importadora de artículos de pesca en Costa Rica, provenientes de China, durante el período 2023-2024.

Estado de la cuestión

Con el objetivo de obtener conocimiento y recopilar ideas que faciliten el desarrollo del proyecto de manera sencilla y fluida, se lleva a cabo la búsqueda de investigaciones, como tesis y proyectos, que aborden temas iguales o similares a los que se desean desarrollar, las cuales se citan a continuación:

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (s. f.), en la publicación titulada ¿Qué debo hacer para crear una empresa?, indica que para que una compañía opere formalmente en Costa Rica debe:

- Decidir qué tipo de empresa se crea, ya sea una compañía con personería física o jurídica.
- Seguidamente, se describe la ruta de creación y formalización de una pyme. En este paso, se verifica dónde se ubica la empresa, se solicita el permiso de funcionamiento al Ministerio de Salud, se incluye a los empleados en planilla, se solicita la patente municipal y se realiza la inscripción en tributación directa como contribuyente, entre otros. Esta información se utiliza como base para describir el proceso de formalización de la parte legal para cumplir con una compañía en Costa Rica.

Chavarría y Barrantes (2019), en su proyecto Creación de un plan de negocios para la industrialización, comercialización y exportación de café oro a Estados Unidos, perteneciente

a la finca productora de café de la familia Chavarría Mora de la Universidad Técnica Nacional, explican que es muy importante y necesario apoyarse en otras investigaciones realizadas. En este caso, específicamente, los autores desarrollaron un plan de negocios y en el documento mencionan puntos relevantes que se deben considerar para la construcción, ejecución y desarrollo de una empresa.

GLC abogados (s. f.) en el artículo titulado Permisos y Requisitos para Formar una empresa en Costa Rica, mencionan los principales requerimientos para crear una empresa en Costa Rica. Asimismo, ofrecen asesorías en el análisis de registros administrativos, así como en la solicitud y obtención de patentes, entre otros.

Por otra parte, Empretec (s. f.) en su manual titulado Manual de guía para la elaboración de un plan de negocio, hacen referencia a que un plan de negocios es un documento que describe los objetivos del emprendimiento y las acciones necesarias para alcanzar dichos objetivos. Además, menciona que el plan de negocio consiste en cómo trazar un mapa hacia el éxito, ya que constituye una guía para lograr lo que se desea en el futuro. Es importante que quien elabore el plan de negocio sea el mismo emprendedor, debido a que es la persona interesada.

Bóveda *et al.*(s. f.) en su manual Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio indican que el plan de negocios siempre debe reflejar la visión del emprendedor. Un buen plan puede utilizarse para establecer alianzas con proveedores, así como para conseguir nuevos socios e inversionistas. Cuanto más claras sean las ideas en el plan de negocios, mejores son los resultados. Además, es importante mencionar que la persona usuaria más frecuente del plan de negocios es el propio emprendedor.

Asimismo, Abarca y Bermúdez (2020) en su tesis Propuesta de plan de negocios para la comercialización de un biocombustible a base de aceite reciclado para la empresa AESA Aguas especiales S. A. en Costa Rica, presentan un análisis sobre la viabilidad y el impacto de la implementación de un biocombustible sostenible en el mercado costarricense.

Los autores concluyen que un plan de negocios debe ser un documento que se elabora antes de la creación de una empresa y que toma en cuenta los distintos escenarios que se plantearon en el proyecto. Se explica que un plan de negocios debe tener seis secciones, las cuales son: resumen ejecutivo, descripción del negocio, estudio de mercado, análisis de la competencia, estrategias de venta y mercadeo y, por último, el financiamiento de la compañía.

Además, Camacho, Gómez y González. (2018) en su tesis Diseño de un plan de negocios para el fortalecimiento y el crecimiento de la PYME Don Callo; productora y comercializadora de productos lácteos en la zona de Puntarenas, explican que un plan de negocios es una técnica valiosa no solo para las empresas nuevas, sino también para la evaluación de aquellas que se encuentran en el mercado desde hace un tiempo determinado. Se menciona que este plan constituye un diagnóstico del estado actual de la empresa.

Por otra parte, Rivero y Xiang (2022) en el libro digital Diplomacia en acción: Alcances y oportunidades de las relaciones China-Costa Rica, mencionan que, al mirar hacia el futuro y considerando el posible ascenso de China como primera potencia mundial, pueden producirse cambios significativos en la configuración geopolítica actual. Por lo tanto, es necesario que Costa Rica potencie sus capacidades a través de la cooperación en las áreas en las que China es referente en el ámbito global. Es decir, que pueda ser más innovadora y mejorar su competitividad, lo que evita un escenario de alta dependencia.

Ruiz (s. f.) en el artículo del periódico digital titulado Aprobado TLC entre Costa Rica y China de la Universidad Estatal a Distancia, hace referencia a que los productos que se importan de China a Costa Rica son de baja escala y que entre los principales se encuentran aparatos emisores de radiotelefonía, radiodifusión, tejidos de algodón, calzado, motocicletas, triciclos y máquinas automáticas para el procesamiento de datos. Además, indica que entre los primordiales beneficios del tratado de libre comercio de nuestro país están la posibilidad de que los productores adquieran materias primas a precios competitivos en el mercado, la ampliación de las opciones que tienen los consumidores para adquirir bienes y servicios y el fomento de la inversión china en Costa Rica, entre otros.

El Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (s. f.) en el artículo Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de la República Popular China, señala los principales aspectos económicos de las importaciones y exportaciones durante la relación comercial con China, de los cuales destacan, entre otros, facilitar el intercambio de bienes y servicios entre ambos países, aumentar las oportunidades de inversión y el trato nacional, beneficiando sus economías.

Por otro lado, León (2018), en su tesis Resultados comerciales generados desde la entrada en vigencia del tratado de libre comercio Costa Rica- China: desde las exportaciones del sector agrícola costarricense, analiza los efectos de dicho tratado en el comercio agrícola de nuestro país.

Se menciona que entre los beneficios del tratado de libre comercio entre Costa Rica y China se encuentra el intercambio de experiencias entre expertos, así como acuerdos y convenios entre instituciones gubernamentales costarricenses y chinas, entre otros. Además, se explica que el aprovechamiento de este acuerdo comercial ayuda a identificar las necesidades

de los socios comerciales. De esta manera, se suple la demanda existente en el mercado y se ofrece una diversidad de productos.

Asimismo, Soto y Phillips (2019) en su tesis *Análisis de las percepciones de los factores de riesgo ocupacional en pescadores artesanales de pequeña escala en el recibidor del mercado municipal del cantón de Puntarenas, Costa Rica* de la Universidad Técnica Nacional, Sede del Pacífico, mencionan los diferentes tipos de pesca que existen en la provincia de Puntarenas y sus principales impactos económicos y ambientales. Para el proyecto es muy importante conocer cuáles son las primordiales clases de pesca que se realizan en la zona, ya que esta información sirve para la toma de decisiones sobre la compra de artículos a importar desde China.

Por otra parte, Vargas (2019), en su tesis *Análisis de los principios del derecho ambiental relacionados con la actividad de pesca, contenidos en la resolución n.º 2013- 10540 de la sala constitucional y su implicación para la pesca de arrastre en Costa Rica*, de la Universidad de Costa Rica, señala prácticas de pesca en nuestro país que no son sostenibles con el ambiente y su impacto en los recursos naturales y en los espacios de las aguas saladas.

Los potenciales artículos de pesca por importar desde China serían productos totalmente legales para su uso dentro del territorio costarricense. Conocer sobre las prácticas no sostenibles en la industria es relevante, ya que permite dar un enfoque conservacionista en el momento de ofrecer los productos a los clientes, en especial a las personas que realiza la actividad de forma recreativa o deportiva.

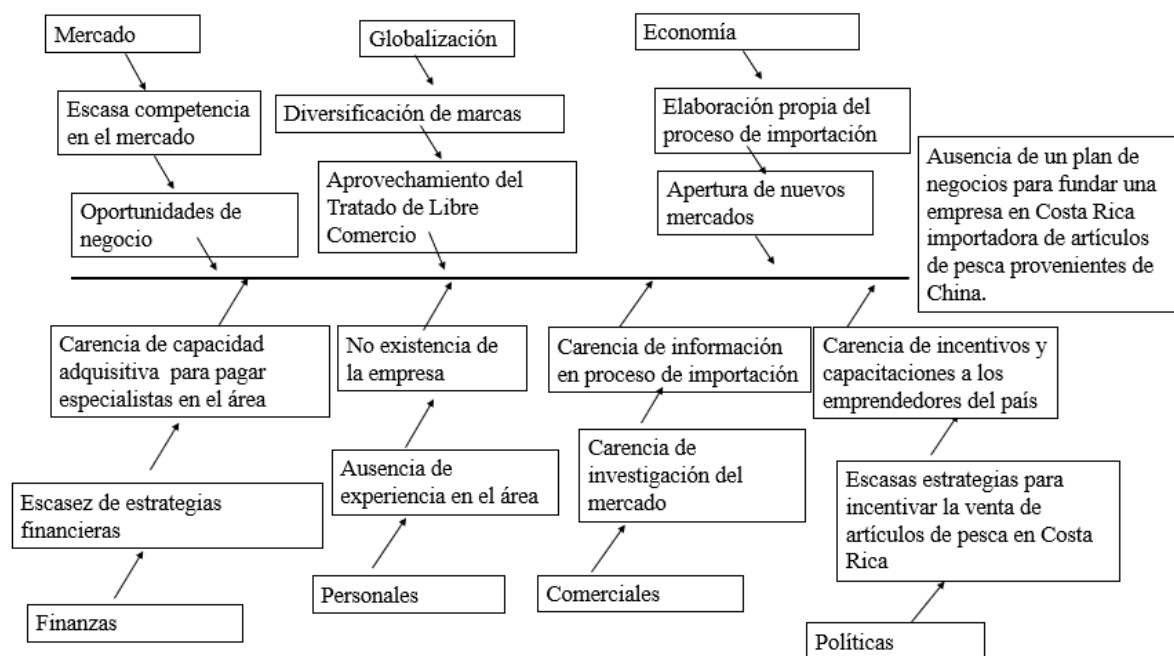
Geiner (2021), en su tesis *Patrones de comportamiento de la pesca ilegal del 2005 al 2018 en el Parque Nacional Isla del Coco*, analiza los comportamientos asociados a la pesca ilegal

en dicho parque. En relación con este trabajo, menciona el comportamiento de pesca que no es legal dentro del territorio nacional de Costa Rica. Para el proyecto, este tipo de investigaciones aporta desde el enfoque ambiental, ya que los potenciales artículos por importar desde China son legales en el ámbito y la normativa nacional.

De igual forma, Solís et al. (2022) en su estudio Situación e implicaciones sociales y ambientales de la pesca artesanal de pequeña escala en Costa Rica, analizan las diversas dimensiones que afectan esta actividad, así como sus repercusiones en las comunidades locales y en el ambiente.

La investigación anterior menciona algunas de las situaciones sociales y ambientales que presentan ciertas zonas geográficas del país con respecto a la pesca artesanal. Para el proyecto es relevante conocer todo lo que se relaciona con el ámbito de la pesca, ya que esto ayuda a tomar decisiones ante una posible inversión inicial en la compra de artículos, en el método de inserción de estos en el mercado o en algún método para dar a conocer los productos en estos lugares del territorio nacional.

Figura 1
Diagrama causa-efecto



Fuente: Elaboración propia, 2024

Problema central

Se requiere un plan de negocios claro y concreto para la importación de artículos de pesca provenientes de China, debido a que actualmente no se cuenta con este documento, el cual sirve como guía para la importación y distribución de dichos artículos en Costa Rica.

Costa Rica es un territorio en el que se practica la pesca, desde las costas, ríos, lagunas naturales o artificiales. Esto ha conllevado a la necesidad de crear artículos como cañas, carretes, señuelos, plomos, anzuelos y cuerdas, entre otros, que faciliten la realización de esta práctica. Actualmente, en el mercado se puede encontrar una variedad de artículos, tanto nacionales como importados.

Por ende, se considera que existe una oportunidad de negocio al explorar a China como potencial proveedor para la compra de artículos de pesca y realizar la importación a Costa

Rica. De esta forma, se busca convertirse en una opción adicional para las personas físicas y jurídicas que participan en la actividad pesquera dentro del territorio nacional.

Este proyecto busca brindar opciones más económicas y una mayor variedad a las personas que realizan la pesca, ya que actualmente las tiendas físicas y en línea ofrecen artículos de marcas muy posicionadas en el ámbito mundial y con precios elevados. El objetivo del interesado en el proyecto es ofrecer una mayor diversificación de artículos y, eventualmente, mejores precios a los clientes potenciales.

Con este plan de negocios se busca conocer todos los requisitos legales de importación de los artículos de la categoría de pesca provenientes de China para el ingreso al territorio nacional, de manera que el proceso de nacionalización sea expedito, aplicando los beneficios de trato arancelario que ofrece el continente asiático. Además, la investigación tiene como objetivo determinar todos los requerimientos para formar una empresa y estimar cuál es el capital inicial necesario para iniciar el negocio.

Por lo tanto, se busca responder a la siguiente pregunta: ¿Cómo puede ser un plan de negocios para fundar una empresa importadora de artículos de pesca en Costa Rica, provenientes de China, durante el período 2023-2024?

Situación actual y situación deseada

| Situación actual | Situación deseada |
|---|--|
| No existe un plan de negocios para fundar una empresa en Costa Rica, importadora de artículos de China. | Tener un plan de negocios para fundar una empresa en Costa Rica, importadora de artículos de China en los próximos 3 – 5 años. |

| | |
|--|--|
| No existe una guía para el proceso logístico de importación para artículos de pesca provenientes de China. | Contar con una guía de importación para los artículos de pesca provenientes de China en los próximos 1 – 2 años. |
| Falta de una base de datos de proveedores de artículos de pesca de China. | Elaborar una base de datos de proveedores de artículos de pesca de China en los próximos 1 – 2 años. |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Antecedentes del proyecto

Costa Rica es un país beneficiado geográficamente por aguas saladas y dulces. Al este y noroeste, se encuentra rodeada por el mar Caribe y al sur y oeste, por el océano Pacífico. Además, cuenta con ríos dentro del territorio nacional, donde muchas personas se han dedicado a la pesca artesanal para la subsistencia de sus familias y la venta de sus capturas. En el último siglo, se ha sumado la práctica de la pesca deportiva, por lo tanto, este proyecto busca ofrecer diferentes artículos que faciliten la práctica de dicha actividad.

Se ha detectado un nicho de mercado en el cual se tiene interés. Por lo tanto, se busca elaborar un plan de negocios para fundar una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica. Los productos por importar incluyen cañas de pescar, carretes de pesca y anzuelos, cuyas partidas arancelarias son 950710000000, 950730000000 y 950720000010, en ese orden. El objetivo es comenzar por incorporar artículos de pesca al mercado costarricense en un período de aproximadamente 3 a 5 años.

Existen algunas tiendas que venden este tipo de artículos y que tienen un mayor poder adquisitivo en comparación con otras ubicadas en zonas costeras, las cuales deben pagar precios altos para mantener sus locales. El objetivo es ofrecer diversas opciones a todas estas personas para la compra de esta clase de artículos a un bajo costo. Lo mencionado lleva a

asumir el reto de introducir nuevas marcas y artículos, apostando por la diversificación y la competencia, donde el valor agregado sea el costo de los productos.

Justificación del proyecto

En Costa Rica se practican diferentes tipos de pesca, tales como pesca por ocio, pesca científica, pesca con fines comerciales y pesca deportiva. Esta actividad, aunque puede resultar invisible para muchas personas, aporta significativamente a la economía costarricense. En zonas como Puntarenas, Guanacaste y Limón, se convierte en la principal fuente de ingresos para numerosos jefes y jefas de hogar a través de la venta directa de peces, la venta de *tours* y otras actividades, entre las cuales se puede mencionar la preparación de carnada para la pesca artesanal, ya sea desde embarcaciones o desde la orilla.

Con respecto a la justificación teórica, el proyecto incentiva la economía nacional al impactar directamente la cadena global del comercio exterior. Esto se logra mediante la inserción de nuevos artículos de pesca en Costa Rica, donde se pagarán impuestos al Ministerio de Hacienda. Además, se contratarán servicios de agencias, consolidadores, almacenes, navieras y transportistas locales, lo que contribuye a la economía costarricense. Para el proyecto es fundamental ofrecer un beneficio de alto valor al comprador final, ya sea por la calidad de los productos o por sus precios, debido a que son estos quienes adquieren los productos en la compra final y son las personas físicas o jurídicas que dan vida al proyecto.

En este caso se considera que el mercado de la venta de artículos para realizar y facilitar esta actividad es aprovechado por pocas personas. Por consiguiente, se busca sumarse al ser potenciales proveedores directos de las tiendas físicas y virtuales, además, de las cooperativas

pesqueras de las provincias costeras, ofreciendo variedad y diversificación de productos para las personas.

Según el sistema nacional de tecnología de la información para el control aduanero (TICA), entre los años 2020 y 2023, hubo 25 personas físicas y jurídicas importadoras de artículos de pesca, entre las cuales se mencionan las siguientes: Inversiones Rossu de Costa Rica Sociedad, Importador Jinpei Sociedad De Responsabilidad Limitada, Sociedad Importadora Panatico Internacional, Distribuidora Cavan Cv Sociedad Anónima, Natúrica Internacional Sociedad Anónima, entre otras.

Para el proyecto es primordial contar con una planificación que permita iniciar la operación, así como definir la estrategia, los pasos y las acciones por tomar ante cada posible situación. De esta manera, se busca lograr eficiencia y reducir la incertidumbre. Por esto, es fundamental disponer de un plan de negocios enfocado en el nicho de mercado que se abarca.

Por otra parte, se busca beneficiar principalmente al comprador final, aprovechando el menor costo de los productos chinos, mediante la aplicación de los acuerdos internacionales establecidos en el tratado de preferencias arancelarias del tratado de libre comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de la República Popular China. A esto se suma la correcta planificación en logística para el abastecimiento oportuno en tiempo y el uso de la modalidad de transporte óptima, con el fin de beneficiarse en costos y evitar el encarecimiento de los artículos. Asimismo, la importación de nuevos artículos también beneficiaría a consolidadores internacionales, agentes de carga, agencias de aduanas, almacenes fiscales o generales, transportistas nacionales y al Ministerio de Hacienda, a través de la recaudación de impuestos.

Con respecto a la justificación metodológica de este proyecto, los instrumentos para recolectar los datos se basan en una investigación descriptiva. Por lo tanto, se utilizan las entrevistas, ya que este instrumento permite conocer a clientes potenciales, ya sean indirectos o directos, como posibles centros de distribución ubicados en el territorio nacional, interesados en vender los artículos de pesca.

Período de ejecución

El presente proyecto se realiza desde octubre de 2023 hasta mayo de 2025.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la fundación de una empresa en Costa Rica importadora de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024.

Objetivos específicos

1. Elaborar un plan administrativo para la fundación de una empresa importadora de artículos de pesca provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024.
2. Elaborar un plan de mercadeo para la fundación de una empresa importadora de artículos de pesca provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024.
3. Determinar el proceso logístico para la fundación de una empresa importadora de artículos de pesca provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024.
4. Elaborar un análisis económico-financiero para la fundación de una empresa importadora de artículos de pesca provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024.

Beneficiarios

Los inversionistas interesados en formar la empresa son los principales beneficiarios de la realización del proyecto, ya que cuentan con un plan de negocios que les permite conocer los requisitos legales de importación para los productos de pesca seleccionados. Además, es fundamental comprender el impacto que tiene cada interventor en el proceso logístico. Tener un plan bien establecido para un negocio es importante, pues disminuye el riesgo y la incertidumbre de factores que pueden influir y afectar la inversión y aumentan las posibilidades de que el proyecto sea exitoso.

Además, se consideran beneficiarios indirectos a los agentes aduanales, consolidadores de carga, almacenes fiscales o generales, transportistas nacionales, tiendas de pesca y la población general que disfruta de la pesca, ya sea por deporte, recreo o subsistencia, debido a que esto genera una oferta más diversificada y distintos precios en el mercado.

Localización

La localización de la tienda física se encuentra en la provincia de Alajuela, cantón Alajuela y distrito Desamparados, donde se dispone de un espacio físico de 20 m² para el almacenaje, la exhibición, la venta y la distribución de la mercadería.

Viabilidad financiera

Tabla 1
Flujo de caja

| | Año 2026 |
|-------------------------|-------------------------|
| Saldo Inicial | -¢ 21 809 662,67 |
| Entradas | ¢ 206 718 951,42 |
| Total Entradas | <u>¢ 206 718 951,42</u> |
| Salidas | |
| Costo fijos | ¢ 107 392 440,50 |
| Costos variables | ¢ 11 379 782,79 |
| Total Salidas | ¢ 118 772 223,29 |
| Neto del periodo | <u>¢ 87 946 728,13</u> |
| Saldo final | <u>¢ 66 137 065,46</u> |

Fuente: Elaboración propia, 2023

Compra internacional

Los proveedores se seleccionan con el apoyo de la Promotora de Comercio Exterior (Procomer); dicha institución brinda una base de datos para seleccionar a los suplidores que cumplan con estándares para ser suplidores de mercancías, de manera que el riesgo de una pérdida por una compra en falso sea mínimo.

Transporte internacional

El medio de transporte por utilizar en esta importación es el marítimo. Se cotiza un contenedor de 20 ft; la tarifa presentada fue cotizada por un *forward*. Además, dentro de los planes se plantea la opción de realizar una compra más pequeña que se pueda mover como LCL.

Seguro

La póliza de seguro para el trasiego de las mercancías es contratada a través del Instituto Nacional de Seguros.

Permisos

Estos son los requisitos que debe aprobar el ente regulador de acuerdo con el tipo de nota técnica asociada a la clase de mercancía por importar.

Impuestos de importación

Los impuestos corresponden a los gravámenes de los artículos por importar que se cancelan al Ministerio de Hacienda, los cuales son el impuesto al valor agregado según la Ley n.º 9635, el derecho arancelario a la importación, Procomer, los timbres y la Ley n.º 6946.

Gastos de agencia de aduanas

Los gastos de agencia de aduanas son aquellos cobrados por el proveedor del servicio de nacionalización de mercancías, que incluyen exámenes previos, trámites de redestino, confección de permisos y notas técnicas, entre otros.

Almacén fiscal/general

Estos valores corresponden al cobro por el almacenamiento de las mercancías durante la estancia en sus instalaciones, ya sean nacionalizadas o en régimen fiscal.

Transporte interno en destino

El transporte interno o entrega local corresponde a lo cobrado por el proveedor de transporte por la movilización desde el almacén fiscal o general de la carga nacionalizada, bajo el Incoterm EXW, hasta el lugar físico donde se indique entregar la mercancía.

Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad corresponden a la inversión realizada en diversos métodos para la promoción de los artículos de pesca. Además, son fundamentales para dar a conocer la marca de la empresa.

Salarios

Los salarios corresponden a lo que se paga a las personas colaboradoras de la empresa y se determinan de acuerdo con la tabla proporcionada por el Ministerio de Trabajo.

Transporte interno

Corresponde al pago por el movimiento de las cargas nacionalizadas, desde el almacén fiscal hasta las bodegas o el punto acordado.

Página web

Corresponde al pago para crear una página web destinada a la promoción y venta de los artículos.

Capítulo II. Marco teórico

Marco teórico

Plan de negocios

El plan de negocios es:

La acción de crear un negocio o negocios, al mismo tiempo que lo construye y escalas para generar ganancias. El plan de negocios es un poco limitante. La definición más moderna del plan de negocios también involucra transformar al mundo resolviendo grandes problemas, como iniciar un cambio social, crear un producto innovador o presentar una nueva solución que le cambie la vida a un grupo de personas (Endara, Zarate y Idrobo, 2019, p.4).

Según los autores de la cita anterior, un plan de negocios se define como el proceso de creación de un negocio que, al mismo tiempo que se mejora, genera ganancias. Esto permite a muchas personas ofrecer al mercado productos innovadores o soluciones para un grupo específico de personas. El plan de negocio se puede definir como:

Una herramienta que ayuda a estructurar la información necesaria para demostrar la viabilidad del proyecto o empresa que se esté desarrollando, pues nadie crea proyectos para perder capital. El Plan se compone de 6 estudios, entre los cuales puede llegar a omitirse alguno, de acuerdo con las necesidades del proyecto e intereses de quien lo desarrolla (Reyes, Navarro y García., 2021, p.11).

Según el párrafo anterior, se explica que un plan de negocio funciona como una herramienta para una empresa, ya que permite que esta tenga la información necesaria para determinar si el negocio es viable o no, lo cual evita la pérdida de capital. Además, se menciona

que el plan de negocios está compuesto por seis estudios, aunque se pueden omitir algunos de ellos, de acuerdo con las necesidades del proyecto.

Según Romero, Hidalgo y Correa. (2018) un plan de negocio es aquel:

Documento donde se demuestra de forma muy convincente como se debe vender los suficientes productos o servicios, que sean rentables, y lo más atractivos para los potenciales inversionistas, el plan de negocios se basa en un esquema donde se describe cómo se materializa y cómo se resolverá problemas o necesidades de los futuros clientes (p. 25).

De acuerdo con lo que mencionan los autores, se puede afirmar que un plan de negocios es un documento en el que se explica cómo se deben vender, ya sea productos o servicios, rentables a los inversionistas. Además, dicho plan también describe de qué forma se resolverán las necesidades o problemas de los futuros clientes. Otra definición de un plan de negocio es aquel en el que se:

Podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizan los procesos de producción, comercialización, operaciones, recursos humanos y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los clientes potenciales. Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio (Hernández, Martínez, Portillo, 2019, p.24).

Según lo mencionado por los autores, en un plan de negocio se pueden definir las estrategias para llevar a una empresa al éxito, así como conocer el rendimiento económico y financiero que se espera de un negocio, lo que permite reducir el riesgo de fracaso. Además, la Cámara de Comercio de Medellín (s. f.) lo define como:

Documento que ilustra las ideas e insumos que dan a una empresa la capacidad de participar y competir exitosamente en los mercados. Es un marco de referencia de los pilares estratégicos sobre los que se soporta una iniciativa empresarial, los escenarios en los que se desarrolla y su horizonte de planeación (p.2).

Por ende, según la Cámara de Comercio de Medellín (s. f.), el plan de negocios es un documento en el que se encuentran las ideas y los insumos con los que la empresa demuestra su capacidad para participar y competir en el mercado. Además, constituye un marco de referencia para los pilares estratégicos de la compañía.

Por lo tanto, se puede definir un plan de negocios como aquel que consiste en la conceptualización de una empresa bajo los términos y condiciones del emprendedor. Este documento funciona como un instrumento o herramienta que permite determinar si un negocio es viable, lo que evita de esta manera, pérdidas de capital. Además, en él se pueden encontrar productos o servicios innovadores que pueden representar una solución para los futuros clientes. Por último, es importante mencionar que un plan de negocios genera ganancias a medida que el negocio va escalando y que también puede significar para el emprendedor el cumplimiento de un sueño o meta de vida.

Empresa

Una empresa es: “Una organización, de duración más o menos larga, cuyo objetivo es la consecución de un beneficio a través de la satisfacción de una necesidad de mercado” (Gobierno de Canarias, s. f., p.1). Según el párrafo anterior, una empresa se define como una entidad que tiene una duración más o menos larga y cuyo objetivo es obtener un beneficio mediante la satisfacción de una necesidad en el mercado. Además, es:

Más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado. Por ello, resulta muy importante que toda persona que es parte de una empresa (ya sea propia o no) o que piense emprender una, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen (Hopelchen, s. f., p.1).

De acuerdo con lo que se explicó, una empresa es una actividad muy común y constante que creó el ser humano, que involucra un conjunto de esfuerzos, labores e inversiones para lograr su fin. Además, es importante mencionar que el emprendedor debe tener claras las características básicas, funciones, objetivos y elementos que componen una compañía.

Asimismo, se dice que una empresa es: “Un conjunto organizado de factores de producción (tierra, trabajo y capital), que se dedica a la producción de bienes y servicios a cambio de un beneficio” (McGraw Hill, s. f., p.10). En este caso se presenta una definición distinta de lo que es una empresa, ya que se menciona que esta se refiere a un conjunto de factores de producción, es decir, tierra, trabajo y capital. La empresa está dedicada a producir bienes y servicios, cuyo fin es obtener un beneficio.

Otro concepto de empresa es aquella que:

Sea pequeña o grande, y cualquier organización, sea lucrativa o no, está bien organizada si cada uno sabe con claridad cuál es su trabajo y si todas las partes se encajan para desarrollar perfectamente las funciones del sistema y conseguir sus objetivos (Potosme y Moncada, 2023, p.6).

Según el párrafo anterior, una empresa puede ser grande o pequeña, lucrativa o no y está bien organizada si cada una de sus partes conoce cuál es su trabajo y encaja con las demás para lograr sus objetivos. Además, se puede definir una empresa como: “Una entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, generalmente con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad” (RAE, s. f., citado por Román, s. f., p.1).

Con respecto a lo mencionado, se puede afirmar que una empresa es una entidad integrada por los factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de servicios, cuyo fin es de carácter lucrativo y, por lo tanto, tiene responsabilidades.

Por ende, se puede definir una empresa como una organización o entidad que está integrada por los factores de producción. La misma tiene responsabilidades y es lucrativa, ya que genera un beneficio mediante la satisfacción de una necesidad en el mercado.

Plan administrativo

Un plan administrativo: “Es un proceso por medio del cual se consigue calidad en el funcionamiento de un organismo social, a través del correcto aprovechamiento de sus recursos, en pro del logro de objetivos predeterminados” (Cano, 2017, p.22). De acuerdo con lo mencionado por Cano (2017), un plan administrativo es un proceso que toda organización debe

aplicar si su objetivo es garantizar el funcionamiento correcto de sus recursos. Para el proyecto es relevante conocer y aplicar un plan, ya que se debe optimizar al máximo los recursos disponibles.

El plan administrativo es: “La gestión administrativa del estado costarricense, bajo un ordenamiento jurídico y burocrático, es un sistema dinámico compuesto por diversas instituciones, cuya principal función es la prestación de servicios públicos a personas nacionales y extranjeras” (Guerrero y Martínez, 2020, p.21).

Para los autores mencionados, la gestión administrativa es un proceso regido por un ordenamiento jurídico que aplican todas las instituciones públicas del Estado costarricense. Estas entidades se enfocan en proporcionar prestaciones de servicios y el procedimiento tiene como objetivo optimizar los recursos mediante una planificación adecuada.

Otra definición de plan administrativo es que: “La relación que existe entre la planificación y el plan es del mismo tipo que la que se da entre cualquier procedimiento (o proceso) y su resultado: un plan es el resultado de un procedimiento que se denomina planificación” (Pons, 2023, p.18).

De acuerdo con lo mencionado por Pons (2023), existe una relación entre la planificación y el plan, donde ambos son procedimientos o procesos que deben ejecutarse para obtener un resultado.

El proceso administrativo: “Debe mantener un espacio estratégico, administrativo y de control frente al manejo de los recursos de la empresa para así aumentar su efectividad y eficiencia” (Rubén, 2022, p.14). Con relación a Rubén (2022) y su estudio para la empresa Seguid, se menciona que el plan o proceso administrativo es una estrategia para el control

de los recursos. Como se indica en diversos conceptos de diferentes autores, el plan administrativo es una estrategia que debe aplicarse en cualquier tipo de organización:

La planificación en la empresa es un tema de suma importancia ya que radica principalmente en que ésta es la base para la estructura de la organización, es decir el por qué y para qué se establece, para obtener resultados efectivos en esta etapa, existen diversas herramientas para llevar a cabo una planeación exitosa, así como también las técnicas necesarias para alcanzar las metas previstas (Montiel y Sánchez, 2019, p.1.).

Los autores hacen referencia a la planificación en una empresa, donde destacan la importancia de estos procesos para una empresa. Mencionan que existen herramientas que contribuyen al éxito dentro de cualquier organización. Por lo tanto, se concluye que el plan administrativo es un proceso mediante el cual se logra un funcionamiento adecuado, lo que optimiza los recursos disponibles en la entidad.

Proceso logístico

La logística es aquella cuya misión principal consiste en: “Colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad” (Isasa, s. f., p.1).

Según Isasa (s. f.), la logística comprende todas las actividades que involucran el movimiento de materias primas, materiales y otros insumos, así como todas las tareas que brindan soporte a los productos terminados. Además, la logística se define como aquella que:

Comprende el flujo eficiente de productos e información desde el proveedor, durante el procesamiento, hasta que el producto o servicio, llegue al consumidor final. Se incluye, el

proceso inverso, es decir, el caso de alguna devolución por parte del consumidor al distribuidor o fabricante (Universidad Dr. José Matías Delgado, s. f., p.10).

La logística es el flujo de productos e información, desde el proveedor hasta que el producto o servicio puede entregarse al consumidor final. Asimismo, la logística de importación: “Es la clave para un buen complemento de la compraventa internacional, determina la planificación y formas de reaccionar ante imprevistos que ocurran” (Vallejos, 2018, p.2).

Según la cita anterior, se menciona que la logística es clave para la compraventa internacional y constituye un pilar, junto con la planeación. De esta manera, permite que una empresa reaccione de la mejor forma ante un imprevisto. De igual forma, la logística:

Según la definición del CEL (Centro Español de Logística) alude a un conjunto de actuaciones coordinadas referentes al doble flujo de materiales/servicios y de información, para optimizar la calidad del servicio y minimizar los costes, todo ello referido a la gestión de materiales: compras, aprovisionamiento, almacenaje, producción y distribución (Mauleon y Prado, s. f., p.5).

De acuerdo con el párrafo anterior, se puede definir la logística como el conjunto de actividades que se relacionan con el flujo de materiales, servicios e información, abarcando la gestión de estos elementos. Por consiguiente, la logística de exportación es aquella en la que: “Se indica el medio de transporte a utilizar, embalaje, puertos de ingreso y empresas que brinden servicios al mercado meta y gastos en transporte” (Aguilar, 2019, p.70).

Según lo que explica el autor, la logística comprende todas las acciones y trámites que se ejecutan para que un producto llegue al cliente, lo que incluye, desde su salida en el país de origen hasta su llegada al país de destino para su consumo. Por lo tanto, se concluye que un

proceso logístico es un conjunto de acciones dentro del flujo de materiales y servicios, que incluye, desde los proveedores hasta la entrega al consumidor final.

Importación

El proceso de importación se refiere a lo siguiente:

Cuando hablamos de comercio exterior hacemos referencia a la actividad que refleja el intercambio de bienes y servicios de un país con el resto del mundo además de las zonas francas propias o externas en donde llega la mercancía, ya que su estructura está dada para apoyar al importador (Páramo, 2017, p.10).

Según lo mencionado por Páramo (2017), se entiende por comercio exterior toda actividad en la que se realiza un intercambio de bienes o servicios entre dos o más países, donde estos reciben algún tipo de beneficio de manera simultánea. Además, se puede definir una importación como: “La compra de bienes o servicios a un país extranjero para su utilización en territorio nacional” (Banco Santander, s. f., párr.1).

Una importación puede definirse como la adquisición de un producto o un servicio del extranjero, cuya finalidad es el uso de este en el territorio nacional. El concepto de importaciones se define como: “El acto de traer o causar que se traiga cualquier mercancía a territorio aduanero” (McDonald y Venegas, 2019, p.35).

Como se mencionó, se explica que es un conjunto de bienes y servicios que se compran o se venden y que ingresan al territorio aduanero. Asimismo, la importación es aquella: “Acción de importar mercancías, costumbres, etc., de otro país” (Real Academia Española, s. f. y párr. 1), por ende, una importación es la acción de importar mercancías, servicios, entre otros, de un país extranjero para utilizarse en el territorio nacional:

Se puede definir una importación como el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales (Fondo Social Europeo, s. f., p.6).

Como se mencionó, una importación es el transporte ilícito, ya sea de bienes o servicios, de un país a otro con propósitos comerciales. Se concluye que una importación es la acción de adquirir bienes o servicios de un país extranjero, con el propósito de utilizarlos dentro del territorio nacional.

Costos

El costo de importación es aquel que:

Está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, acarreo y gastos de aduana en general; por consiguiente, incluye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compraventa del exterior. No se incluye en el costo de importación a los gastos financieros, por ser ajenos al valor real de la mercancía importada (Gavelán, s. f., p.117).

Según el párrafo anterior, se puede definir los costos de importación como todos los gastos que se generan, desde el precio de compra del producto hasta su entrega en el lugar acordado con el cliente.

La palabra *costos* se define como la medición en términos monetarios de la cantidad de recursos que se utilizan para algún propósito u objetivo, tal como un producto comercial ofrecido para la venta general o un proyecto de construcción (Menesby, s. f., citado por Universidad Peruana Los Andes, s. f.).

Tal como se indica en el párrafo anterior, el concepto de costos es aquel cuya medición se realiza en términos monetarios, en relación con la cantidad de recursos destinados a un objetivo o propósito. El costo de importación se considera como:

El valor que debe asumir la empresa importadora de un bien, en esta cuenta se generan los pagos que se han realizado para contar con los permisos establecidos en la aduana, así como las reglamentaciones del embarque que ingresa al país de compra (Muñoz, 2020, p.19).

Según el autor, se puede afirmar que el costo de importación es aquel que asume la empresa importadora y en el que se cumplen los pagos de los permisos y las reglamentaciones para la nacionalización del bien ante la aduana.

Además, se pueden definir los costos logísticos como aquellos que: “Agrupan todos los costos adheridos a las funciones de la empresa, que gestionan y controlan los flujos de materiales y de información asociados” (Instituto Profesional Latinoamericano de Comercio Exterior, s. f., p.3). Por consiguiente, los costos que se generan en las funciones de la empresa y en el flujo de productos e información se conocen como costos logísticos.

Otro concepto de costo logístico es que son: “Los costos en que incurre la empresa u organización para garantizar un determinado nivel de servicio a sus clientes y proveedores” (Yáñez, Garza, González y Guzman, 2019, p.987). Según los autores, la definición de costo

logístico son los costos que tiene una empresa, cuyo fin es brindar un nivel de servicio importante a sus clientes y proveedores.

Se concluye que los costos logísticos son aquellos costos que tiene una empresa para brindar un buen servicio o producto al consumidor final. Además, desde el ámbito del comercio exterior, se puede mencionar que los costos de importación son todos los gastos asociados a la importación, desde su compra hasta la entrega del producto importado al cliente en el lugar negociado.

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es aquel cuya finalidad es: “Ayudar a identificar oportunidades de mercado. Así las empresas o personas que requieran dicha información puedan calcular o prever el tamaño, crecimiento y el potencial de ganancias que ofrece cada oportunidad” (Villegas, 2019, p.15). Según el autor, un estudio de mercado permite identificar oportunidades en el mercado y genera una noción clara de la cantidad de personas que pueden adquirir el bien.

Se puede definir el estudio de mercado como: “La recopilación de información relacionada a los elementos que lo conforman para su posterior análisis, que permitirá tomar ciertas decisiones a la administración de un negocio” (Arévalo, 2018, p.8). Como menciona el autor, el estudio de mercado es una recopilación de datos sobre los elementos que conforman un mercado, los cuales se analizan y permiten una mejor toma de decisiones.

Asimismo, según Ramos y Rivero (2017) la investigación de mercados:

Si bien, no se orienta a la búsqueda de conocimientos nuevos, su importancia estriba en la búsqueda de mayor y mejor información para la toma de decisiones, es decir, requiere de

la aplicación de técnicas, procedimientos y métodos científicos. La información no se logra con facilidad, para su recolección es necesario aplicar todo un plan de investigación coherente con las características del mercado al cual se requiere estudiar (p.22).

De acuerdo con lo que mencionan los autores, una investigación de mercado se enfoca en la búsqueda de mayor y mejor información para una toma correcta de decisiones. Para dicha recolección de datos, se debe aplicar un plan investigativo con características del mercado que se requiere estudiar.

El estudio de mercado: “Analiza datos e información de los clientes, competidores y el mercado, lo que ayuda a realizar mejoras en los bienes, expandirse a nuevos mercados, conocer la aceptación, así como lanzar nuevos bienes o servicios” (Chamorro *et al.*, 2017, p.15). Por lo tanto, un estudio de mercado se encarga de analizar la información de los competidores, de los clientes y del mercado. De esta manera, se pueden tomar decisiones correctas para expandirse, conocer la aceptación o realizar el lanzamiento de nuevos productos o servicios.

Además, el estudio de mercado: “Es una herramienta valiosa como estrategia para definir la factibilidad de ejecutar algún proyecto determinado, el mismo que dará una visión más amplia del horizonte al que se pretende llegar en los negocios” (Perea, 2021, p.9). De acuerdo con el autor, se define un estudio de mercado como una herramienta para determinar la viabilidad de un proyecto específico, lo que permite obtener una visión más amplia de este.

De esta forma, se concluye que un estudio de mercado es una herramienta fundamental, ya que permite analizar datos e información acerca de un mercado y, de esta manera, las decisiones que se toman son más acertadas y se tiene una visión más amplia del mercado.

Marco referencial

La presente investigación se sustenta en la teoría de la economía de escala de Krugman, quien: “Montó su teoría partiendo del concepto de las economías de escala mediante el cual, a mayores volúmenes de producción, menores costos, que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores” (Zacarías y Martínez, 2008, p.74).

La teoría de Krugman, que apunta a obtener una diferenciación en costos frente a la competencia a través de la producción de altos volúmenes (economía de escala), indica que hay países que logran conseguir este tipo de ventaja competitiva sobre otros, beneficiando al consumidor final en el precio de los productos en el mercado. De acuerdo con Zacarías y Martínez (2008):

La integración de los citados planteamientos concluyó en la formulación de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada, denominándose la teoría de la nueva geografía económica, gestada desde 1979 por el mismo nobel y desarrollada posteriormente (p.74).

Con respecto a lo mencionado, el autor Krugman, a través de su teoría, define que la producción a gran escala implica obtener la especialización y, de la mano, se tendría algún tipo de ventaja competitiva ante los competidores, lo que apunta al bajo costo de los productos elaborados.

De esta forma, se apuesta por importar los artículos del continente asiático, en específico de China, donde los costos de producción son significativamente más bajos que en otros países. Esto le permite al proyecto adquirir productos a un menor precio y obtener un alto

porcentaje de utilidad en la venta, lo que facilita darse a conocer de manera rápida y posicionarse en el mercado.

China se ha caracterizado por la diferenciación de sus productos a través de la economía de escala. Es decir, es un país que cuenta con tecnología de punta y destina muchos recursos a la producción, lo que deriva en costos menores en comparación con otros países de esta industria. Por este motivo, se desarrolla un mapeo de mercado sobre los productos que se ofrecen actualmente, con el fin de validar la variedad y los precios de venta al consumidor.

El objetivo es invertir en productos tales como señuelos, plomos, anzuelos, carretes, plumeros, cuerdas y cañas para la pesca, tanto de agua dulce como de agua salada. En todos estos artículos mencionados, se espera una diferencia de precios en comparación con los productos importados, por ejemplo, los de Estados Unidos.

Con la ventaja de precios que ofrece China, el proyecto busca posicionarse rápidamente en el mercado local para, después, comenzar a expandirse a terceros países de Centroamérica. Es fundamental mencionar que, para el proyecto es muy importante diferenciarse en costos respecto a los competidores. Por ende, se debe analizar cuáles son los artículos que generarían valor agregado a los clientes y buscar la forma de crear nuevas necesidades para que las personas que realicen la pesca los adquieran, ya sea por su calidad, precio o uso.

Existen diversas formas en las que una empresa puede tener ventaja sobre sus competidores. Por esto, se apuesta principalmente a la teoría de economía de escala como diferenciación de artículos provenientes de China. Lo anterior conduce al proyecto titulado *Elaboración de un plan de negocios para fundar una compañía en Costa Rica importadora de artículos de pesca procedentes de China para el periodo 2023-2024*.

De esta manera, la empresa busca convertirse en uno de los principales proveedores y distribuidores de artículos de pesca importados desde China, con una alta diferenciación de costos en comparación con los competidores en Costa Rica.

Capítulo III. Marco metodológico

Enfoque de investigación

De acuerdo con Vera (s. f.):

La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular (p.1).

En este proyecto se utiliza la investigación cualitativa, ya que se recolecta información y datos mediante encuestas u observación, para analizar posteriormente y presentar los resultados. Lo anterior tiene el fin de conocer la viabilidad del proyecto.

Fuentes de investigación

Se entiende por fuente de investigación:

Todo aquello que nos proporciona datos para reconstruir hechos y las bases del conocimiento. Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de la información. Se encontrarán diferentes fuentes de información, dependiendo del nivel de búsqueda que se realice. El siguiente esquema muestra los diversos tipos de fuentes de información (Maranto y Gonzales, 2015, p.1).

Según el párrafo anterior, la fuente de investigación es toda aquella información que se logra recolectar para llevar a cabo cualquier tipo de estudio. Además, se menciona que, como consecuencia, la persona obtendría un mayor conocimiento del tema por investigar.

Las fuentes primarias son:

Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, son el

resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informes técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros (Maranto y Gonzales, 2015, p.2).

Además, se entiende por fuente secundaria:

Este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria. ((Maranto y Gonzales, 2015, p.2).

Por último, las fuentes terciarias son:

Este tipo de fuentes son las que recopilan fuentes de información primarias o secundarias. Estas fuentes son utilizadas para buscar datos o para obtener una idea general sobre algún tema, algunas son; bibliografías, almacenes, directorios, donde se encuentran la referencia de otros documentos, que contienen nombres, títulos de revistas y otras publicaciones (Maranto y Gonzales, 2015, p.2).

Maranto y Gonzales (2015) mencionan los diferentes tipos de investigación, donde las fuentes primarias son todas aquellas que se pueden obtener de primera instancia, como cartas, entrevistas, encuestas, tesis, autobiografías, entre otras. Por otro lado, la fuente secundaria se

refiere a la información que se obtiene de otras fuentes y a los comentarios de otros investigadores. Además, indica que las fuentes terciarias se apoyan en las dos anteriores y su objetivo es proporcionar una idea general sobre algún tema.

Con relación a la fuente primaria, se consulta en portales como Procomer y tecnología de la información para el control aduanero (TICA) sobre informes y estadísticas de partidas arancelarias de artículos para la pesca que hayan ingresado bajo el régimen de importación definitiva. Además, como fuentes secundarias, se apoya en proyectos o tesis realizadas en Costa Rica que abordan el tema de la pesca, principalmente en las zonas costeras del territorio nacional.

Tipos de investigación

Se entiende por investigación descriptiva lo siguiente:

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Fernández y Batista, 2014, p.93).

La investigación por realizar es descriptiva, ya que se debe analizar y especificar las características y propiedades más relevantes del tema que se aborda. Es decir, es necesario puntualizar quiénes son los actuales importadores, dónde se encuentran sus puntos de venta, si son distribuidores de marcas exclusivas, qué clase de productos traen, los precios de sus artículos, entre otros aspectos.

Instrumentos de recolección de datos

La entrevista, como método de recolección de datos, se entiende 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” (Fernández y Batista, 2014, p.403).

Los instrumentos de recolección de datos para el proyecto son fuentes primarias, como las encuestas y la observación. De esta manera, se realizan encuestas a clientes potenciales, lo que permite obtener un mayor conocimiento del mercado. En cuanto al instrumento de observación, se visitan y se consultan tiendas que venden artículos de pesca, con el fin de identificar cuáles tipos de productos ofrecen al mercado y cuáles son sus precios.

El método de investigación o diseño de estudio del proyecto es cualitativo, en el cual: “Se necesita estar entrenados para observar, que es diferente de ver (lo cual hacemos cotidianamente). Es una cuestión de grado. Y la observación investigativa no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos” (Fernández y Batista, 2014, p.399).

Variables

| Cuadro de análisis de variables | | | | |
|--|---------------------------------|---|--|---|
| Objetivo específico | VARIABLES DE ESTUDIO | Definición conceptual de la variable | Indicadores | Definición instrumental |
| 1.Elaborar un plan administrativo para fundar una empresa en Costa Rica importadora de artículos provenientes de China para el periodo 2023 2024 | Plan Administrativo | Es un proceso por el cual se consigue un funcionamiento correcto optimizando los recursos que se tienen dentro de una organización. | *Requerimientos para la creación de una empresa en Costa Rica. *Requisitos que solicitan en Costa Rica para operar formalmente como empresa importadora. | *Entrevistas telefónicas y personales con los funcionarios de las instituciones competentes. *Documentos sobre la constitución de una empresa importadora en Costa Rica de instituciones competentes. |
| 2.Elaborar un plan de mercadeo para fundar una empresa en Costa Rica importadora de artículos provenientes de China para el periodo 2023 2024 | Plan de mercadeo | Es un documento donde se encuentran todos los estudios de marketing realizados para un proyecto en específico. | *Evaluar los posibles proveedores de artículos de pesca presentes en el país de estudio. *Información acerca del mercado y clientes. | *Entrevistas telefónicas a los funcionarios de la Cámara de Importadores y Procomer con el fin de obtener una base de datos de posibles proveedores. *Entrevistas virtuales con los proveedores. *Estudio de mercado, para obtener información de clientes, proveedores y del mercado. * Aplicar cuestionarios a personas con el objetivo de conocer las preferencias en marcas y equipos de pesca, edades, ingresos económico estimados, lugar de residencia y tiendas a las cuales son compradores de estos equipos |
| 3.Determinar el proceso logístico para fundar una empresa en Costa Rica importadora de artículos provenientes de China para el periodo 2023 2024 | Proceso Logístico y Importación | Conjunto de acciones dentro del flujo de materiales y servicios, que incluye desde los proveedores hasta su entrega al consumidor final. Aquella acción de adquirir bienes o servicios de un país extranjero, con el propósito de ser utilizados dentro del territorio nacional. | *Adquirir el conocimiento necesario para realizar la importación de los artículos de pesca así como todo el proceso logístico a realizar desde el momento en que los artículos son comprados al proveedor en el país de origen bajo los términos negociados hasta el momento en que los bienes son puestos en el almacén negociado dentro del territorio nacional. | *Entrevistas presenciales y virtuales a agencias aduanales, transportistas internacionales, aseguradoras, almacenes entre otras entidades partes del proceso logístico para la importación de estos artículos. |
| 4.Análisis económico financiero para fundar una empresa en Costa Rica importadora de artículos provenientes de China para el periodo 2023 2024 | Analisis económico financiero | Es una valoración de la situación económica y financiera de una empresa para comprender su estado, su solvencia y su rentabilidad. | *Conocimiento de todos los costos que conlleva importar artículos de pesca desde su país de origen, China hasta Costa Rica. *Conocimiento de los costos que conlleva la constitución de una empresa. | *Entrevistas presenciales y virtuales para conocer las cotizaciones de las agencias aduanales, transportistas internacionales, aseguradoras, almacenes entre otras. *Entrevistas presenciales a distintas instituciones gubernamentales para obtener información y costos acerca de la constitución de una empresa. |

Capítulo IV. Análisis de los datos que se recopilaron

Para elaborar un plan de negocios como proyecto para la comercialización e importación de artículos de pesca provenientes de China para el período 2023-2024, se consideran los siguientes aspectos principales que deben desarrollarse para el funcionamiento correcto y operación de la empresa:

- Elaborar un plan administrativo.
- Elaborar un plan de mercadeo.
- Determinar el proceso logístico.
- Realizar un análisis económico-financiero.

Elaborar un plan administrativo para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024

Descripción de la idea

De acuerdo con los datos que se obtienen de Penta-Transaction, el valor CIF anual de las importaciones de insumos de pesca para Costa Rica en los últimos 4 años ronda aproximadamente los \$2,000,000 USD.

China es un gran socio comercial para Costa Rica desde la firma del tratado de libre comercio, en el cual ambas naciones se han visto beneficiadas con sus importaciones y exportaciones. Este país asiático presenta una diferenciación muy marcada con respecto a otros países en la producción a gran escala de sus productos, lo que motiva la revisión para la compra de anzuelos, cañas y carretes como insumos para la pesca dentro del territorio nacional costarricense.

La idea principal consiste en emprender utilizando el conocimiento y la experiencia para su desarrollo. Por lo tanto, se dispone de las herramientas necesarias para realizar las importaciones de los productos, ofreciendo artículos de pesca y, de esta manera, que atienda una necesidad dentro del territorio nacional.

Descripción de la empresa

Nombre de la empresa. El nombre de la empresa es Wahoo Fishing, que en español significa pez peto o también se conoce como Ono en Hawái debido a su delicioso sabor. Este pez se reconoce por su capacidad de lucha y su velocidad; la especie se considera un pez exótico en Costa Rica. Una vez que un peto muerde la carnada, no resulta una captura fácil para el pescador. Por esta razón, se espera que, con los artículos de pesca que se comercializan, la persona usuaria logre una experiencia única para una pesca veloz y, por qué no, en busca de un *wahoo fish*. Cabe destacar que el trámite para el registro del nombre de la compañía se encuentra pendiente.

Giro o tipo de empresa. La empresa Wahoo Fishing se dedica a la importación de artículos de pesca provenientes de China, para posteriormente comercializarlos en el territorio nacional. Según lo anterior, el sector económico en el que se encuentra la compañía es el terciario, ya que se enfoca en la comercialización de productos de pesca. La actividad económica principal es la importación de suministros de pesca para la pesca deportiva o recreativa.

La práctica de la pesca ha dejado de ser únicamente un método de supervivencia para muchas personas, también se ha convertido en una actividad recreativa, tanto para quienes habitan en ciudades como en el campo, lo cual representa una gran oportunidad para la comercialización de estos productos.

Ubicación y tamaño. La empresa se ubica en la provincia de Alajuela, cantón Alajuela, distrito Desamparados. Se elige este sitio porque las personas que desarrollan este proyecto residen en el cantón de Alajuela, lo cual facilita gestionar la planificación, organización, dirección y control del negocio. Además, es importante mencionar que las agencias, consolidadores y almacenes fiscales con mayor injerencia en las importaciones aéreas, marítimas y terrestres se encuentran dentro de la jurisdicción de Central y Santa María. Por lo tanto, estar cerca de estas se considera relevante.

Con respecto al tamaño de la empresa es importante mencionar que se trata de una micro-empresa, ya que está compuesta por menos de diez personas. En el caso de Wahoo Fishing, la cantidad de personas que laboran en la compañía es de cuatro con planilla y tres personas bajo servicios profesionales. En el futuro, se espera aumentar dicha cantidad.

Análisis del entorno

En la Tabla 2 se detalla el análisis del entorno de la empresa, el cual permite que esta se mantenga informada sobre cómo se comporta el entorno y sobre los factores que pueden influir en ella:

Tabla 2
Análisis del entorno PEST

| Análisis del entorno PEST | | | |
|---|---|--|---|
| Factor políticos-legales | Factores económicos | Factores socioculturales | Factores tecnológicos |
| Cambios en las legislaciones que incentivan la burocracia en el país, lo que genera una mayor lentitud en los trámites, por | Tipo de cambio, debido a un alza afectaría los porcentajes de utilidad bruta en la empresa. | Cambios en el estilo de vida y en los hábitos de consumo sobre la preferencia de las personas; puede afectar | Posibilidad de <i>hacks</i> a los sistemas de aduanas como el TICA, que no permiten realizar el trámite |

| | | | |
|--|--|---|--|
| ejemplo, modificaciones en los trámites y normativas aduaneras. | | tar a la empresa debido a una baja o alza en ventas. | de importación correctamente. |
| Cumplimiento del tratado de libre comercio de Costa Rica y China para los artículos de pesca que están exentos hasta el 01/01/2040 | Aumento de los precios de las materias primas de los artículos de pesca, debido a que la empresa presentaría una afectación por un incremento de precio por parte del proveedor. | Adaptación a las necesidades de las nuevas generaciones. Las tendencias y los hábitos de consumo de una generación a otra pueden cambiar, por ejemplo, en la actualidad, en las nuevas generaciones muchas personas optan por no consumir ningún tipo de alimentos que sean de origen animal como los veganos, lo cual puede afectar actividades como la pesca. | Implementación de herramientas tecnológicas para la venta de los artículos en línea; en el futuro la empresa cuenta con una aplicación para la compra de los artículos, lo que facilita al usuario el adquirir los productos, de una manera rápida y sencilla. |
| Marcas registradas de interés a importar, ya que afectarían la diversificación de productos que se desea brindar al mercado. | | | Tecnología para mejorar la experiencia del cliente. En la actualidad, existen muchas herramientas para generar publicidad y así llegar a los clientes. Por ejemplo, las redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok. |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Análisis interno de la empresa

A continuación, se detalla el análisis del estado de la empresa para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas:

Tabla 3*Análisis FODA de la empresa*

| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
|--|--|--|--|
| Conocimiento en logística, aranceles y aplicación de tratados internacionales que permite realizar una coordinación adecuada de acuerdo con las necesidades que presente el negocio aplicando los beneficios arancelarios. | Mercados desatendidos, lo que permite explorar nuevas posibilidades y brindar una mayor diversificación del mercado a los clientes | La empresa cuenta con poco capital, por lo que debe iniciar solicitando algún préstamo a alguna entidad bancaria. | Marcas posicionadas en el mercado, en la actualidad, hay varias marcas líderes en el mercado debido a la poca competencia, lo cual dificulta el posicionamiento de una empresa nueva en el mercado |
| Contactos de consolidadores competitivos debido a la experiencia en el mercado de importación y exportación. | Acceso a crédito, en el país hay varias opciones de instituciones que brindan servicio crediticio a microempresas y pymes. | Incertidumbre sobre la rentabilidad, al ser una empresa nueva en el mercado existe la posibilidad de no generar las ganancias necesarias para evitar pérdidas. | Riesgo de aumento de fletes marítimos por algún tema político o escasez de contenedores que se atrasen o dificulten la salida de los artículos desde su país de origen. |
| Experiencia en el proceso de importación, por lo tanto, se cuenta con habilidades y conocimientos en el área. | Potenciales proveedores de mercancías con costos competitivos que permiten insertar artículos al mercado costarricense a un buen precio. | Inexperiencia en la administración de negocios propios, por lo tanto, se llega a tener una curva de aprendizaje en los cuatro principios de la administración (planificación, organización, dirección y control) | Congestionamiento portuario que dificulte la salida de los equipos de zona Portuaria y atrase la colocación de estos en almacén fiscal. |
| Conocimiento en la confección de contratos de servicios (SLA) o seguridad con proveedores/ consolidadores que permite delimitar | Diversidad de opciones de consolidadores que permiten importar a un bajo precio desde China. | Falta de experiencia en <i>marketing</i> digital que es una de las herramientas más importantes en la actualidad, para ofrecer, posicionar y vender | |

| | |
|--|--|
| tar las responsabilidades en el proceso de importación y nacionalización de las mercancías. | productos o servicios. |
| Oportunidad de beneficios en aplicaciones de tratados internacionales que exoneran de los aranceles como el derecho arancelario de la importación. | Inexistencia de registro de marca propia y falta de exclusividad de Wahoo Fishing para la distribución de las principales marcas del mercado |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Misión y visión

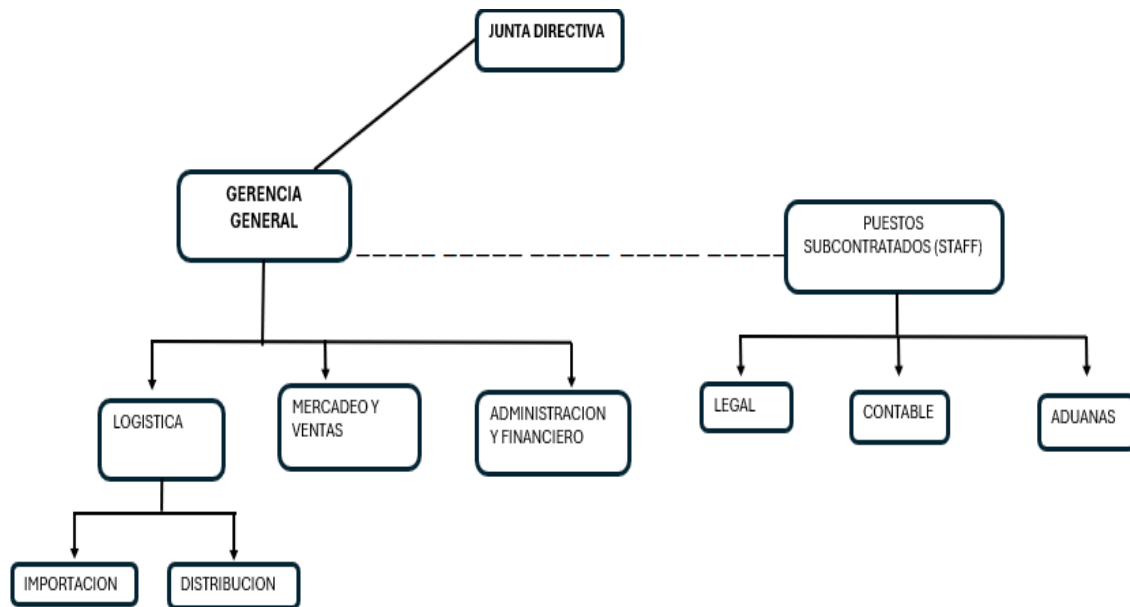
Misión. Ser una empresa dedicada a la venta de artículos de pesca a precios accesibles y con las últimas tendencias del mercado, siendo reconocidos nacionalmente por brindar un excelente servicio generando experiencias únicas en nuestros clientes.

Visión. Ser una de las empresas líderes a nivel nacional en el mercado contando con al menos dos tiendas físicas para la comercialización de artículos de pesca, siendo conocidos por nuestro servicio y brindando soluciones innovadoras a nuestros clientes.

Estructura organizacional

A continuación, se presenta el organigrama de Wahoo Fishing, con el fin de comprender correctamente el flujo de trabajo y la cantidad de personas dedicadas a este, para lograr en conjunto el éxito de los objetivos de la empresa:

Figura 2
Organigrama de Wahoo Fishing



Fuente: Elaboración propia, 2024

Acciones

Este proyecto se basa en el planteamiento para crear una empresa. Por lo tanto, se toman en consideración las siguientes acciones por realizar a corto, mediano y largo plazo:

Corto plazo

- Realizar más de una importación de artículos por año mediante algunos de los proveedores que se identifican a través de las herramientas que brinda Procomer. Lo anterior tiene el fin de vender y dar a conocer los productos a los clientes.
- Tener un nombre y un logo protegidos mediante el Registro Nacional, lo que permite ser identificados por los usuarios.
- Contar con crédito de los proveedores de mercancía, consolidadores y agencias de aduanas a través de plazos establecidos de pago, lo cual tiene como objetivo optimizar el capital disponible.

- Realizar contratos de servicios mediante acuerdos de confidencialidad y seguridad con la agencia de aduanas y los consolidadores de carga. Lo anterior tiene el fin de delimitar las responsabilidades de cada parte.
- Contar con un expediente crediticio de las instituciones gubernamentales o asociaciones que respondan a las necesidades financieras del negocio.
- Realizar publicidad a través de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok. Lo anterior tiene el fin de dar a conocer el negocio y sus marcas.

Largo plazo

- Lograr que la empresa se encuentre dentro del top 5 de vendedores de artículos de pesca en el territorio nacional, a través de la venta directa o en línea a los usuarios, con el objetivo de atender sus necesidades para la práctica de esta actividad.
- Contar con opciones de compra de manera física a través de un local, lo cual tiene como objetivo establecer una interacción directa con el cliente.
- Alcanzar la solvencia financiera a través de los ingresos que se generan por el negocio. Lo anterior tiene el fin de no tener que recurrir a créditos hipotecarios.

Ventajas competitivas

1. El conocimiento de la logística internacional en la empresa se sustenta en la experiencia de profesionales en comercio exterior, quienes poseen aproximadamente 5 años de trayectoria en los procesos de importación y exportación de productos terminados, materias primas, materiales de empaque, POP, proyectos y repuestos. Se cuenta con un sólido entendimiento de los requisitos arancelarios y no arancelarios,

así como de la aplicación de certificados de origen. Por lo tanto, se considera que se tienen las habilidades técnicas necesarias para gestionar una coordinación adecuada en la logística y en los procedimientos de desalmacenaje, lo que permite actuar como importadores directos y evitar intermediarios y el pago de sobrecostos por los productos.

2. En Costa Rica existe un amplio apoyo para las microempresas, como las de este proyecto. Por lo tanto, se considera que una de las ventajas competitivas es el acceso al capital, debido a que la empresa contaría con diversas opciones de fuentes de financiamiento necesarias para sus operaciones.
3. Las marcas de los artículos de pesca por importar son poco comunes en el país, por ende, existe una gran diferenciación al compararlos con los demás artículos. De esta forma, se pretende dar publicidad a esta diferenciación debido a sus precios asequibles, lo que genera confianza y seguridad en los clientes.

Requisitos para la constitución de una empresa en Costa Rica

Para este proyecto se deben considerar los siguientes requisitos para la creación de una empresa dentro del territorio nacional:

Tramitología necesaria. Es importante tener en cuenta que para este proyecto se utiliza como figura legal la sociedad anónima, la cual tiene un costo de creación y registro de ₡283.451,84.

Uso de suelo y patente municipal. Institución: Municipalidad de Alajuela.

Para la solicitud de la patente, la Municipalidad de Alajuela solicita los siguientes requisitos:

- Presentar el formulario de solicitud de certificado de licencia comercial, debidamente lleno y firmado por el patentado (véase el Anexo 6).
- Permiso de funcionamiento o Senasa vigente.
- Si se trata de una persona física, se debe presentar una copia de la cédula por ambos lados; en caso de ser una persona jurídica, la solicitud debe estar firmada por el representante legal, acompañada de una copia de la personería jurídica vigente y de la cédula de identidad del representante legal.

Para el uso de suelo, la Municipalidad de Alajuela solicita los siguientes requisitos:

- Formulario debidamente completado y firmado por el solicitante (véase el Anexo 7).
- Copia de cédula de identidad.
- Fotocopia del plano catastral del inmueble, legible, sin tachaduras y sin resumir.

El documento de uso de suelos no tiene costo alguno, ya que se expide junto con la patente municipal. Esta última tiene un costo, el cual varía de acuerdo con el tipo de actividad comercial, la ubicación, la condición del local, los inventarios y la cantidad de empleados.

Enseguida, se presenta una tabla que detalla de forma desglosada el costo de la patente municipal:

Tabla 4
Cálculo del costo de la patente municipal

| Equivalencia | Monto trimestral | Timbres | Total anual |
|---------------------|-------------------------|----------------|--------------------|
| 4 salarios | ₡390.650,00 | ₡7.813,00 | ₡1.593.852,00 |

Fuente: elaboración propia con datos de la Municipalidad de Alajuela (2024).

Para este proyecto, el costo total anual de la patente municipal es de ₡1.593.852,00.

Inscripción como contribuyente. Institución: Ministerio de Hacienda.

Para realizar la inscripción como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Se debe crear una clave y un usuario en el portal ATV e inscribirse en el mismo como persona física o persona jurídica. En caso de ser persona jurídica, es necesario estar inscrito como representante legal ante el Registro Nacional.
- La inscripción como contribuyente se realiza en el portal ATV, en el apartado de inscripción como registro único tributario, donde se debe llenar un formulario y proporcionar los siguientes datos: identificación del obligado tributario, domicilio fiscal, teléfono, correo, código postal, actividad económica, información del establecimiento o locales abiertos, información del representante legal y método de facturación.

De acuerdo con la resolución DGT-R-043-2018, es obligatorio el uso del portal de administración tributaria virtual (ATV) para el registro único tributario; dicho registro no tiene ningún costo.

Inscripción en Seguro Social. Institución: Caja Costarricense de Seguro Social.

Se debe estar inscrito como patrono ante la Caja Costarricense de Seguro Social. Para la inscripción, se solicitan los siguientes requisitos:

Inscribirse ante la CCSS en los primeros 8 días hábiles posteriores al inicio de la actividad o adquisición de la empresa o negocio. Para esto, se debe brindar la siguiente información:

- Nombre del negocio, actividad a la que se dedica, dirección, teléfono, apartado y correo electrónico.
- Toda la información necesaria para determinar el monto de cuotas de cada trabajador y aportar copia de cédula de identidad o documento migratorio en caso de que corresponda, si se trata de una persona física. En el caso de ser una persona jurídica, se debe presentar la certificación de la personería jurídica, así como la cédula de identidad o el documento migratorio de los representantes legales.
- Llenar el formulario de inscripción patronal, el cual debe estar firmado por el patrono (véase el Anexo 10).

La inscripción como patrono se puede realizar de manera presencial ante alguna de las sucursales de la CCSS o a través de su oficina virtual y no tiene ningún costo.

Permiso sanitario de funcionamiento. Institución: Ministerio de Salud.

Para la solicitud del permiso sanitario de funcionamiento, el Ministerio de Salud, en el decreto 43432-S, indica los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud del permiso debidamente completado (véase el Anexo 8).
- Declaración jurada (véase el Anexo 9).
- Se debe presentar la cédula de identidad en caso de ser persona física y, en caso de ser persona jurídica, es necesario presentar la certificación registral o notarial de la personería jurídica emitida con no más de un mes de antelación.
- Copia del comprobante de pago de servicios.

La venta de productos de recreación y deporte se clasifica como categoría C, lo que significa que presenta un riesgo bajo y las inspecciones por parte de las personas funcionarias de la Dirección Área Rectora de Salud son selectivas y programadas. Enseguida, se presenta una tabla con el costo de los permisos sanitarios según su categoría de riesgo:

Tabla 5

Costos de permisos de funcionamiento según grupo de riesgo

| Grupo | Costo |
|------------------------------------|------------|
| Grupo A | \$100,00 |
| Grupo B | \$50,00 |
| Grupo C | \$30,00 |
| Casinos de juego | \$5 000,00 |
| Microempresas activas ante el MEIC | \$20,00 |

Fuente: elaboración propia, con datos del decreto 43432-S del Ministerio de Salud (2024).

Según la Tabla 5, en el caso de la venta de artículos deportivos y de recreación, que pertenece al Grupo C, el costo del permiso de funcionamiento es de \$30.00. Además, es importante mencionar que, en el caso de las microempresas activas ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, sin importar el grupo de riesgo, el costo del permiso de funcionamiento es de \$20.00.

Pólizas de riesgo. Institución: Instituto Nacional de Seguros (INS).

En este caso se cotiza una póliza de riesgo RT general. A continuación, se detallan los aspectos de esta:

Tabla 6
Póliza de riesgo

| Póliza de riesgo | |
|-------------------------|--------------------|
| Empleado 1 | ₡ 24 660,00 |
| Empleado 2 | ₡ 24 660,00 |
| Empleado 3 | ₡ 24 660,00 |
| Empleado 4 | ₡ 24 660,00 |
| Total trimestral | ₡ 98 640,00 |

Fuente: elaboración propia con datos del INS (2024).

Según la cotización que brinda INS, las pólizas de riesgo para los cuatro trabajadores tienen un costo de ₡98.640,00; el costo anual es de ₡394.560,00.

Tramitología complementaria

Registro de marca o nombre comercial. Institución: Registro de la Propiedad Industrial.

Para inscribir una marca comercial se realiza la consulta al Registro de la Propiedad Industrial vía *e-mail*. Enseguida, se especifican los formularios e información necesarios para la inscripción de esta:

- Se debe tener en cuenta la clasificación internacional de Niza de productos y servicios para el registro de una marca. En este caso, los productos por importar (cañas de pescar, anzuelos y carretes) se clasifican en la clase 28, al ser artículos deportivos.
- Se debe presentar el formulario de solicitud de marca; al mismo se le debe adjuntar el comprobante de pago de la tasa establecida, que es de \$50 o su equivalente en colones en timbres del Registro Nacional por cada clase de la clasificación internacional de Niza que se seleccionó y ₡20 en timbres del Archivo Nacional. Para detallar el formulario de petición de marca, véase el Anexo 5.

- Para el retiro del certificado de inscripción y una vez inscrito su signo distintivo, se debe cancelar un entero bancario de ₡125 en timbres fiscales y ₡5 en timbre del Archivo Nacional.

A continuación, se detalla cada uno de los cobros para el registro de marca. Para conocer su valor en colones, se utiliza el tipo de cambio del día 19/10/2024, que es de ₡526.93:

Tabla 7
Costo registro de marca comercial

| Registro de marca | | Dólares | Colones |
|-----------------------|-------------------------------------|----------|-------------|
| Solicitud de marca | Pago de tasa establecida | \$50.00 | ₡26.346,50 |
| | Timbres del Archivo Nacional | \$0.04 | ₡20,00 |
| Retiro de certificado | Entero bancario en timbres fiscales | \$0.24 | ₡125,00 |
| | Timbres del Archivo Nacional | \$0.01 | ₡5,00 |
| Edicto | Edicto de la imprenta nacional | \$200.00 | ₡105.386,00 |
| Total | | \$250.28 | ₡131.882,50 |

Fuente: elaboración propia con datos del Registro de Propiedad Intelectual (2024).

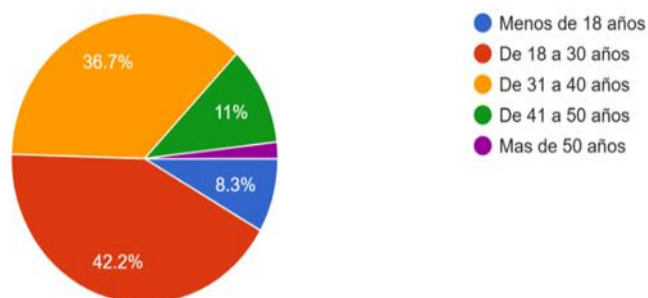
Es importante mencionar que, para inscribirse como importador ante la Dirección General de Aduanas, solo es necesario estar registrado ante el Registro Nacional como empresa o ante el Registro Civil como persona física.

Elaborar un plan de mercadeo para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024

En el presente objetivo se analizan los datos de las encuestas aplicadas. Lo anterior tiene el fin de conocer las preferencias de consumo de clientes potenciales. Además, se considera importante mencionar que, según los datos que se obtienen en la encuesta, las personas que

adquieren principalmente los artículos de pesca son hombres; de acuerdo con la muestra, el 89 % corresponde a hombres y el 11 % a mujeres. A continuación, se observa un gráfico con las edades de las personas encuestadas:

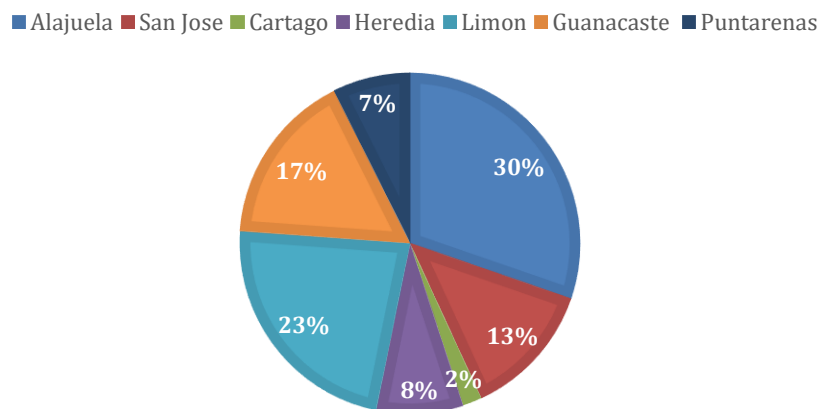
Figura 3
Edad de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia, 2024

Con base en la muestra obtenida, se observa que un 78.9 % de las personas que practican y adquieren artículos de pesca tienen una edad promedio de 18 a 40 años, mientras que un 21.1 % tiene 41 años o más.

Figura 4
Provincia en la que residen las personas encuestadas

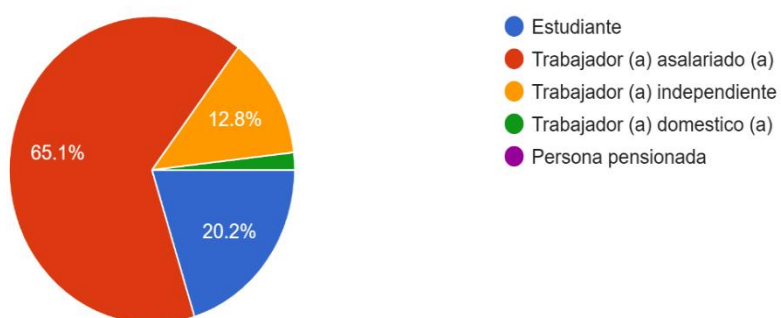


Fuente: Elaboración propia, 2024

Con respecto al lugar de residencia de las personas encuestadas, la mayoría respondió que reside en Alajuela (30 %), mientras que un 70 % indicó que proviene de Limón, Guanacaste, Puntarenas, Heredia, San José y Cartago.

Las personas encuestadas también respondieron en qué cantón residían. Dentro de los cantones que mencionaron se encuentran: Talamanca, Central Alajuela, Limón Centro, Santa Cruz, Liberia, Pococí, Desamparados, Poás, Guácimo, Moravia, Santa Bárbara, Cabo Velas, Nicoya, Sarchí, Pérez Zeledón, Grecia, Bagaces, Nandayure, Guápiles y Escazú, entre otros.

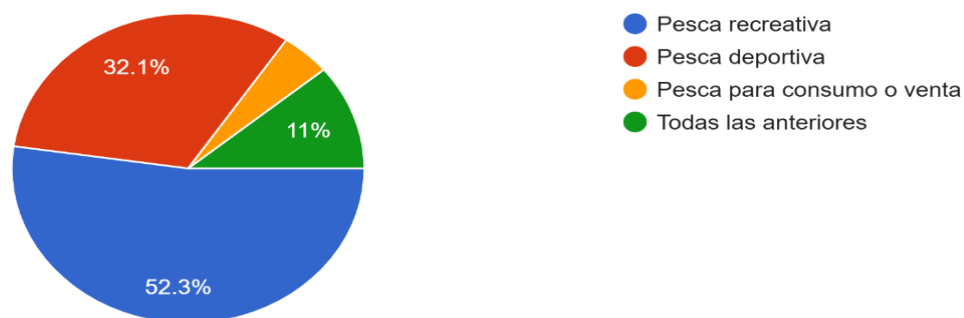
Figura 5
Ocupación de clientes potenciales



Fuente: Elaboración propia, 2024

Es importante mencionar que la mayoría de las personas encuestadas corresponde a trabajadores asalariados, con un 65.1 % y tan solo un 34.8 % corresponde a estudiantes, colaboradores domésticos, trabajadores independientes y ninguno de los encuestados es una persona pensionada.

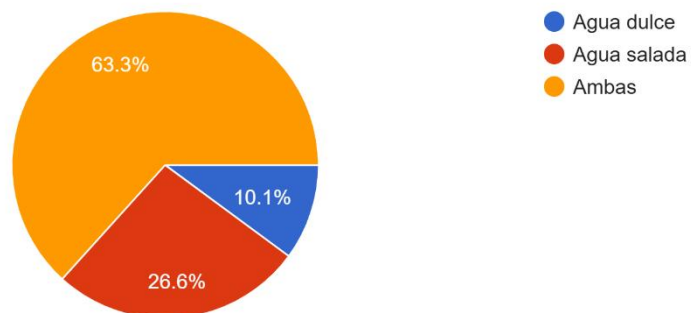
Figura 6
Tipo de pesca



Fuente: Elaboración propia, 2024

Se consulta sobre los tipos de pesca y se obtiene que el 52.3 % de las personas practica la pesca recreativa, el 32.1 % de las personas respondió que practica la pesca deportiva y el 15.6 % de las personas practica la pesca de consumo, lo que incluye todas las anteriores.

Figura 7
Lugares donde se practica la pesca

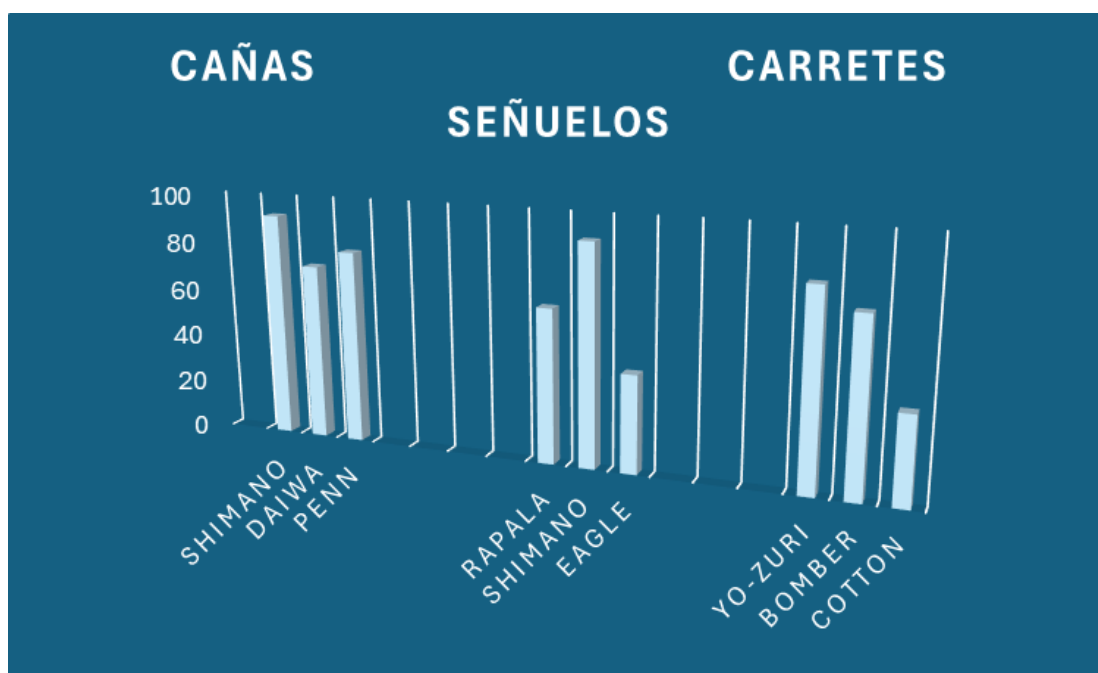


Fuente: Elaboración propia, 2024

Según el Figura 7, un 26.6 % practica la pesca en agua salada, un 10.1 % la practica en agua dulce, mientras que un 63.3 % realiza la pesca en ambas.

Figura 8

Marcas de cañas, señuelos y carretes mayormente conocidas por los encuestados en número de cantidad de personas



Fuente: Elaboración propia, 2024

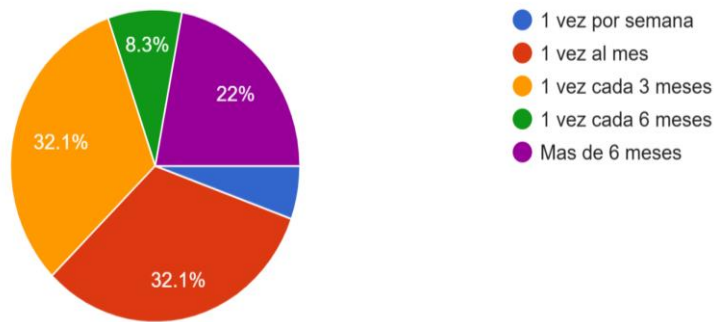
Se les consultó a las personas acerca de marcas de cañas, señuelos y carretes que usan para los diferentes tipos de pesca que realizan, tanto en agua dulce como salada. Las respuestas fueron las siguientes: Shimano, Daiwa, Penn, Rapala, Yo-Zuri, Bomber y Cotton. Además de estas, reconocen otras marcas, que son las subsecuentes:

- Marine.
- Berkley.
- Sunshine.
- Nelson Nakamura.
- Noeby.
- Abu García.

- Otros.

En el gráfico siguiente se observa la frecuencia de compra con la que las personas adquieren los artículos de pesca:

Figura 9
Frecuencia de compra de artículos de pesca



Fuente: Elaboración propia, 2024

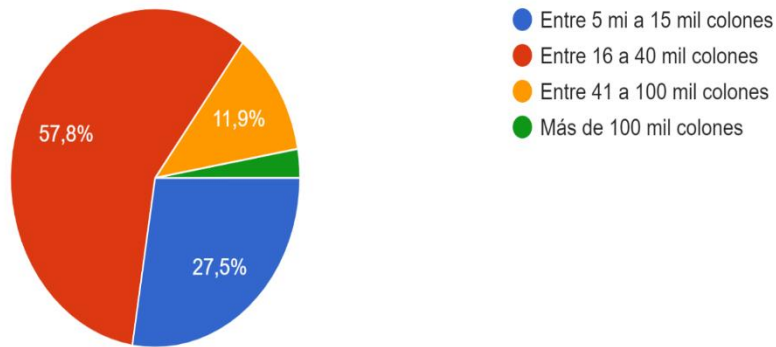
Tal como se observó, un 64.2 % compra una vez al mes o una vez cada tres meses los artículos de pesca y tan solo un 35.8 % adquiere los artículos una vez cada seis meses, una vez por semana o más de seis meses. Dicha información permite obtener un panorama positivo, ya que, según los datos que se obtienen, el perfil que se presenta indica que los clientes realizan compras con frecuencia.

Los clientes potenciales observan la promoción de los artículos de pesca de manera muy frecuente, ya sea a través de publicidad virtual o física. Además, la mayoría de las personas encuestadas ha visto las promociones de forma virtual y los principales medios de comunicación por los cuales desean recibir la información publicitaria son Facebook, TikTok e Instagram.

Asimismo, se considera importante especificar que, según la encuesta, un 81.6 % de los clientes potenciales ha recibido descuentos en productos y tan solo un 18.4 % ha recibido descuentos en envíos.

Figura 10

Gastos aproximados por compra en artículos de pesca

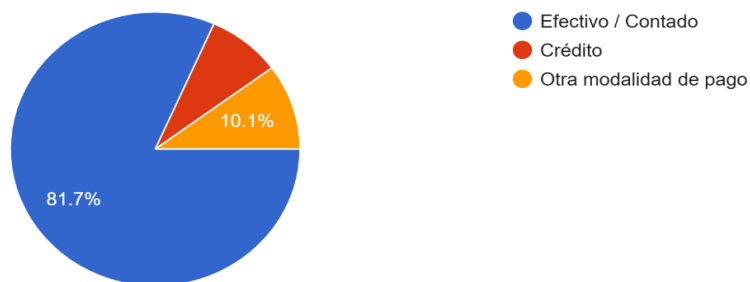


Fuente: Elaboración propia, 2024

De acuerdo con los datos proporcionados por las personas encuestadas, el 57.8 %, que equivale a la respuesta de 67 personas, indicó que gasta entre ₡16,000 y ₡40.000, mientras que el 27.5 %, que corresponde a 30 personas, paga entre ₡5,000 y ₡15.000 por cada compra que realiza. Además, el 14.7 % de las personas gasta entre ₡41,000 y más de ₡100.000.

Figura 11

Preferencias de modalidades de pago

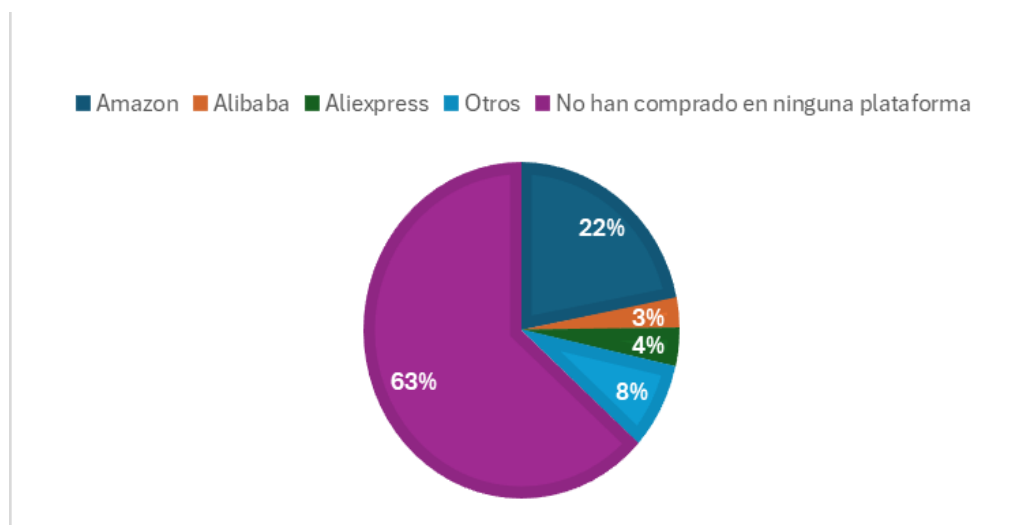


Fuente: Elaboración propia, 2024

Es importante mencionar que, además, se les consultó acerca de las preferencias en el momento de cancelar la compra realizada, donde el 81.7 % prefiere pagar de contado, el 10.1 % bajo otra modalidad y un 8.3 % con crédito.

Figura 12

Plataformas digitales que se utilizan para la compra de artículos de pesca



Fuente: Elaboración propia, 2024

Como se puede observar en el gráfico anterior, la mayoría de las personas encuestadas no ha comprado artículos de pesca del exterior a través de ninguna de estas plataformas digitales, lo que corresponde a un 63 %. Un 29 % ha comprado en plataformas conocidas como Amazon, Alibaba y AliExpress y tan solo un 8 % ha realizado compras en otras plataformas, tales como Shein y Wish.

En el presente objetivo también se desarrollan las herramientas de mercado que utiliza Wahoo Fishing para dar a conocer los productos a los clientes potenciales:

Estrategias de marketing

- Participar en ferias o exposiciones que se relacionan con el tema mediante convenciones y torneos de pesca. Lo anterior tiene el fin de darse a conocer y establecer relaciones comerciales con otras empresas y clientes potenciales.
- Exposición de la empresa a través de medios digitales con el objetivo de generar una cantidad significativa de audiencia y visualizaciones.

Objetivos de la mercadotecnia

- Crear una empresa que ofrezca al mercado productos de pesca a un excelente precio, mediante los tratados de libre comercio vigentes entre Costa Rica y China, para ofrecerle al consumidor una mayor diversificación de estos productos.
- Posicionar la empresa en el mercado costarricense mediante la diversificación para ofrecer más opciones o variedades de productos a los consumidores.
- Incrementar las ventas en un 10 % en su segundo año de funcionamiento mediante estrategias de *marketing*, con el objetivo de convertirse en una de las empresas reconocidas en el mercado nacional.

Mercado meta

El mercado meta de este proyecto se encuentra dentro del territorio nacional e incluye a todas las personas que practican la pesca. Es importante mencionar que, para este trabajo, se utiliza la población infinita. Para determinar la muestra, se considera un nivel de confianza del 50 % y una probabilidad de que ocurra el evento estudiado del 45 %, mientras que la posibilidad de que no ocurra dicho evento es del 55 %. El error de estimación aceptado es


del 3 %, lo que da como resultado un tamaño de muestra de 103 personas. Por lo tanto, para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, se aplica una encuesta a una muestra de 109 personas. Para esto, se usa la herramienta Forms de Google; las preguntas realizadas en el sondeo se pueden visualizar en el Anexo 13.

Perfiles de clientes potenciales

Según los datos que se obtienen de la encuesta, a continuación se observan dos ejemplos de perfiles de clientes potenciales para este proyecto. Para ambos ejemplos se utiliza la herramienta Personas de Canvas:

Tabla 8


Herramienta: personas del mercado meta

| | | |
|---|--|--|
| Nombre: Josue Simpson Rojas | |  |
| Edad: 28 | Género: Masculino | |
| Estatus familiar: Soltero | | |
| Etnia/transfondo cultural: Costarricense | | |
| Educación: Técnico en contabilidad y finanzas | | |
| Puesto en el trabajo: Auxiliar contable | Responsabilidades del puesto: Contabilizar y procesar asientos de diario para garantizar que se registren todas las transacciones empresariales. | |
| Salario: 400 000 colones | Actualizar las cuentas por cobrar y emitir facturas. Actualizar las cuentas por pagar y realizar conciliaciones | |
| Intereses/pasatiempos: Aficionado de la pesca recreativa, fútbol y gimnasio. | | |
| Hábitos: Cuida su salud, sale a pescar todos los fines de semana con sus amigos | | |
| Declaración: Se siente atraído por la pesca, la playa y por el ejercicio | | |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Tabla 9

Herramienta: personas del mercado meta #2

| | | |
|---|---|---|
| Nombre: Mario Perez Saborío | |  |
| Edad: 39 | Género: Masculino | |
| Estatus familiar: Casado | | |
| Etnia/transfondo cultural: Costarricense | | |
| Educación: Diplomado en Recursos humanos | | |
| Puesto en el trabajo: Analista de capital humano | Responsabilidades del puesto: Atender los requerimiento administrativos del personal interno de la organización | |
| Salario: 700 000 colones | | |
| Intereses/pasatiempos: Aficionado de la pesca, pasear y viajar con su familia | | |
| Hábitos: sale a pescar todos los fines de semana con sus amigos | | |
| Declaración: Se siente atraído por la pesca, la playa y viajar | | |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Mezcla de mercadeo






A continuación, se desarrollan las herramientas de mercadeo que permiten cumplir con los objetivos del plan de negocios para fundar una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023 y 2024.

Producto

En relación con el producto, se manejan artículos de origen asiático. Los artículos por importar son cañas, carretes, anzuelos y señuelos de marcas como ShareShark, Chilent y Xuantiansan, de diversos tamaños, para la práctica de la pesca en agua dulce y salada.

A continuación, se observa la lista de productos que comercializará Wahoo Fishing. Cabe destacar que, de momento, no hay exclusividad en la representación de marcas, ya que se trata de importaciones libres:

Tabla 10
Lista de productos de Wahoo Fishing

| Serial No. | Item | Photo | Remarks |
|------------|----------------------------|--|---|
| 1 | Fishing Rod |  | unit price based on rods length in 1.8 meters (180 cm x 4 cm) |
| | - | | |
| | Spinning/Baitcasting | | |
| 2 | Fishing Rod |  | unit price based on rods length in 1.8 meters (180 cm x 4 cm) |
| | - | | |
| | Spinning/Baitcasting | | |
| 3 | Fishing Reel - Spinning |  | speed ratio: 5:2:1 weight: 147.3g (11.5 cm x 10 cm) |
| 4 | Fishing Reel - Baitcasting |  | optional in left hand or right hand / (11.5 cm x 10 cm) |
| 5 | Fishing Lure Kit |  | 56pcs in mixed models |

Fuente: Blue Fox Sporting Goods Co., Ltd. (2024).

El proveedor cuenta con una amplia gama de artículos pesqueros que, en el futuro, Wahoo Fishing puede utilizar para ampliar sus ofertas de productos para los consumidores. Cabe destacar que el empaque base de los artículos proviene del país de origen y que, para su venta en el territorio nacional, se coloca en la etiqueta de precio el nombre del artículo en español

y su respectivo precio de venta. De esta manera, se cumple con la Ley n.º 7472 y se evita un reetiquetado completo que encarezca el valor del producto.

Enseguida, se observa una representación visual mediante un logo de la empresa, así como su eslogan, lo que les permite a los compradores identificar la marca:

Logotipo



Eslogan

El eslogan de Wahoo Fishing es: “Pesca tan rápido como un pez Wahoo”, ya que su nombre proviene del pez Wahoo, conocido por ser un pez veloz.

Promoción

Al ser una empresa nueva en el mercado, la promoción se debe enfatizar de manera que los clientes potenciales comiencen a conocer los productos en el mercado costarricense. Por lo tanto, la promoción se realiza mediante herramientas digitales propias del negocio, como Facebook, Instagram y TikTok, entre otras.

De esta forma, se realizan videos informativos en TikTok sobre los tipos de pesca, la aplicación correcta de nudos y los anzuelos por utilizar de acuerdo con el tipo de práctica que se

deseo ejecutar, por ejemplo, la pesca desde la orilla, el fondeo, el *trolling*, el *casting* desde embarcación o kayak, entre otros.

Otro mecanismo que se utiliza es la promoción mediante el pago en redes como Instagram y TikTok de perfiles de personas con un mínimo de 100.000 seguidores que cumplan con la segmentación de acuerdo con el perfil que se busca. Además, se debe recordar que en Costa Rica existen empresas que realizan torneos recreativos de pesca, donde Wahoo Fishing puede participar como patrocinador y exponer al público las distintas marcas y precios de los artículos de pesca que maneja. Asimismo, puede ser patrocinador de pescadores reconocidos en redes sociales, por ejemplo, Pechel o Pescando con Heber, entre otros.

Asimismo, se utiliza la red social Facebook como herramienta de promoción y venta. En esta red social, se puede emplear la herramienta Marketplace para dar a conocer los artículos y la tienda, así como la herramienta para la creación de eventos, ya sean organizados por la empresa o en los que la misma participa. Enseguida, se muestra una imagen de la red social Facebook de la empresa:



Precio

Para establecer los precios de los artículos de pesca se toman en cuenta dos aspectos importantes. El primero de ellos es en función de los costos de producción, logística y nacionalización; a partir de estos valores, se debe agregar el porcentaje de margen de utilidad deseado para cada uno de los artículos.

El segundo criterio es la definición de los precios con base en la oferta y la demanda que presente el mercado costarricense. En este caso se realizó un estudio de mercado sobre las ofertas de la competencia potencial de los productos que se encuentran actualmente en el mercado. De acuerdo con los datos que se obtienen, a continuación se observan los resultados.

Tabla 11*Comparativa de precios de cañas de pesca de la competencia*

| Artículos Pura Pesca | Precio en colones | Precio en dólares | Artículos Kraken Lures | Precio en colones | Precio en dólares | Artículos Talamanca de Pesca | Precio en colones | Precio en dólares |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Señuelo Jigging 100 g | ¢4.603,00 | \$9.04 | Combo caña y carrete crony agua | ¢42.500,00 | \$83.51 | Señuelo combo minnows | ¢8.500,00 | \$16.70 |
| Señuelo noeby 16 cm | ¢9.124,00 | \$17.93 | Señuelo inna 140 g | ¢5.500,00 | \$10.81 | Señuelo jigs 130 g | ¢1.500,00 | \$2.95 |
| Señuelo Jigging 180 g | ¢11.225,00 | \$22.06 | Señuelo top gun 100 | ¢6.700,00 | \$13.17 | Señuelo combo mixtos | ¢1.000,00 | \$1.97 |
| Señuelo tsurinoya stinger | ¢8.750,00 | \$17.19 | Señuelo vulcan 100 g | ¢4.600,00 | \$9.04 | Señuelo popper kaliuk | ¢3.500,00 | \$6.88 |
| Caña spinning mojo inshore | ¢157.660,00 | \$309.81 | Caña evolution 4.7 | ¢22.000,00 | \$43.23 | Caña spinning serpiente | ¢8.500,00 | \$16.70 |
| Caña baitcasting mojo bass | ¢111.722,00 | \$219.54 | Caña titan baitcasting | ¢33.000,00 | \$64.85 | Caña baitcasting serpiente | ¢11.000,00 | \$21.62 |





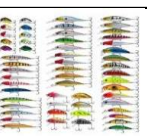
| | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------|----------|---------------------------------|------------|----------|---------------------------------|------------|----------|
| Caña bait-casting premier | €111.589,00 | \$219.27 | Caña daiwa spinning | €72.000,00 | \$141.48 | Combo spinning shimano fx4000 | €18.500,00 | \$36.35 |
| Caña mojo bait lexus | €30.464,00 | \$59.86 | Caña gladius bait-casting | €75.000,00 | \$147.38 | Caña spinning sienna 4000 | €30.900,00 | \$60.72 |
| Carrete spinning argus | €47.980,00 | \$94.28 | Carrete baitcasting gto | €62.000,00 | \$121.83 | Carrete spinning noeby 5000 | €78.000,00 | \$153.27 |
| Carrete baitcasting django | €138.230,00 | \$271.63 | Carrete baitcasting versus 8000 | €41.000,00 | \$80.57 | Carrete baitcasting versus 6000 | €37.000,00 | \$72.71 |
| Carrete cracker | €31.245,00 | \$61.40 | Carrete spinning shi-mano | €85.000,00 | \$167.03 | Carrete baitcasting DMK | €35.000,00 | \$68.78 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

De acuerdo con el cuadro anterior, se pueden apreciar artículos como señuelos, carretes y cañas para diferentes modalidades de pesca que ofrecen tres tiendas distintas ubicadas dentro del territorio nacional. Cabe destacar que no son productos con características marcadas iguales. Los precios que maneja cada una de estas tiendas son diferentes y oscilan desde los 9.04 USD hasta los 309.81 USD en el caso de la tienda Pura Pesca, mientras que Kraken tiene precios que van desde los 9.04 USD hasta los 167.03 USD. Por último, la tienda Talamanca de Pesca ofrece precios más bajos, que van desde los 2.94 USD hasta los 153.27 USD.

A continuación, se presenta una tabla con los respectivos precios de venta de cada uno de los artículos:

Tabla 12
Precios de venta

| Productos | Imagen del producto | Costo del producto | Margen de ganancia(\$) | Margen de ganancia(¢) | Precio de venta (\$) | Precio de venta (¢) |
|----------------------------------|---|--------------------|------------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|
| Fishing Rod Spinning/Baitcasting |  | \$13,15 | \$6,57 | ¢3 345,26 | \$19,72 | ¢10 035,78 |
| Fishing Rod Spinning/Baitcasting |  | \$12,45 | \$6,22 | ¢3 167,14 | \$18,67 | ¢9 501,43 |
| Fishing Reel-Spinning |  | \$9,85 | \$4,92 | ¢2 505,57 | \$14,77 | ¢7 516,72 |
| Fishing Reel-Baitcasting |  | \$10,15 | \$5,07 | ¢2 581,91 | \$15,22 | ¢7 745,73 |
| Fishing Lure Kit |  | \$22,80 | \$11,40 | ¢5 800,70 | \$34,20 | ¢17 402,10 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Es importante mencionar que el tipo de cambio que se utiliza para la conversión a colones es de ¢508,9. Con respecto a la columna del costo del producto, se consideran los costos de nacionalización, los cargos EXW, los impuestos, la compra de mercancía, así como los costos variables y fijos.

Para este proyecto se utiliza un margen de ganancia del 50 %. Además, se considera que los precios de venta son competitivos de acuerdo con los precios del mercado.

Plaza

Para la venta de estos artículos se plantea vender directamente en la tienda física ubicada en la provincia de Alajuela, cantón Alajuela, distrito Desamparados y también, debido a la globalización, de forma virtual utilizando plataformas como WhatsApp y se envía el producto al cliente por medio de encomiendas, como Correos de Costa Rica. Además, se contempla la venta indirecta a intermediarios en sus centros de distribución. Cabe mencionar que para este proyecto se utilizan ambas estrategias de distribución, tanto la directa como la indirecta. Enseguida, se explican ambas estrategias:

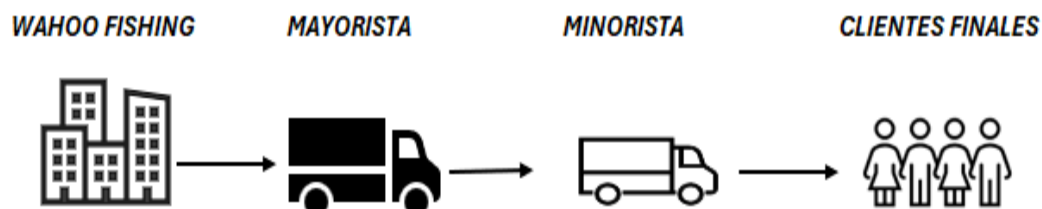
Figura 13
Distribución directa



Fuente: Elaboración propia, 2024

De acuerdo con la Figura 13, se puede apreciar una de las estrategias de ventas de la empresa, donde, una vez que los artículos de pesca estén disponibles, se venderán de forma directa al cliente en la tienda, o bien mediante envíos a domicilio a través de plataformas de entrega.

Figura 14
Distribución indirecta



Fuente: Elaboración propia, 2024

En la Figura 14 se observa el segundo tipo de estrategia de ventas de la empresa, la cual consiste en la venta a intermediarios, ya sean socios de distribución, intermediarios o tiendas, para que estos productos se entreguen a los clientes finales.

Instrumentos de marketing

Para el desarrollo de la instrumentación de *marketing*, se especifica detalladamente cómo se llevan a cabo durante sus primeros años en la Tabla 13:

Tabla 13*Instrumentación de comunicación comercial*

| Actividad | Como se llevará a cabo | Periodo en el que se realizará |
|------------------------------------|--|---|
| Creación de redes sociales | Las redes sociales son una herramienta fundamental para que la marca y los productos a vender se den a conocer, por esa razón se contara con presencia en facebook, instagram, tik tok y whatsapp. | Desde su primer mes de funcionamiento hasta el sexto mes se empezara a trabajar con estas redes sociales. |
| Registro de marca comercial | Al ser una marca nueva se realiza las consultas respectivas al Registro de Propiedad de Intelectual para que brinden asesoramiento del proceso. | La inscripción dura aproximadamente de 3 a 6 meses en ser publicado en la Gaceta |
| Promoción de ventas | En redes sociales se estarán regalando articulos publicitarios(gorras, llaveros) con el logo o marca; para así generar difusión de la misma. | La promoción de ventas se realizará durante su primer año de funcionamiento. |
| Ferias y expo comerciales | Se participará en ferias o eventos que promuevan a los emprendedores para dar a conocer los productos. | La participacion en estas ferias y eventos se realizarán despues de su primer año de funcionamiento. |
| Ruedas de negocios | Participacion en ruedas de negocios organizadas por la Cámara de comercio, Procomer entre otras entidades; con el fin de encontrar clientes y alianzas estratégicas. | La participacion en las ruedas de negocios serán despues de su segundo o tercer año de funcionamiento. |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Evaluación y control

En este apartado se detalla la evaluación y el control que se desarrollan en el proyecto. Lo anterior tiene el fin de realizar los cambios necesarios, si fuera preciso, para cumplir con éxito los objetivos de Wahoo Fishing.

Mecanismos formales de control

- A través de encuestas y reseñas en redes sociales, los clientes pueden transmitir sus comentarios sobre los productos y servicios ofrecidos, lo que permite recibir retroalimentación para realizar cambios de mejora en caso de que sea necesario. Lo anterior tiene el fin de satisfacer a los clientes y controlar la reputación de la marca.
- Monitorear las actividades de venta cada mes mediante estadísticas, como el valor promedio de compra, lo que permite identificar las fortalezas y los cambios necesarios para la mejora.
- Realizar anualmente un control de la rentabilidad general de la empresa para buscar la optimización del gasto.

Mecanismos de control operativo

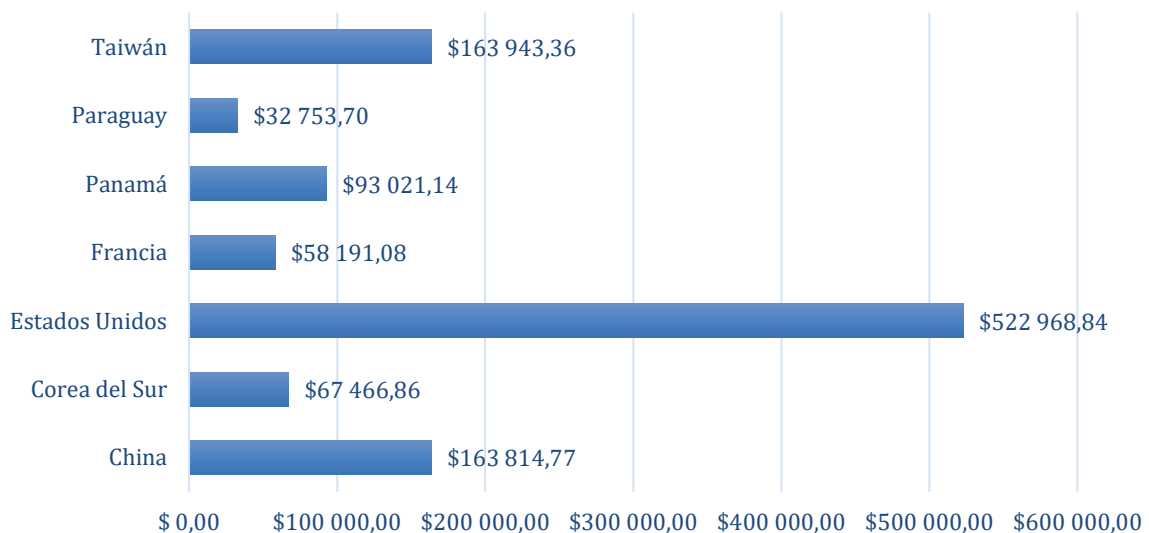
- Realizar revisiones de la cadena de valor para los artículos importados de manera trimestral por si se deben ajustar los valores.
- Realizar encuestas trimestrales a los compradores sobre su satisfacción con las compras y el servicio al cliente.
- Se deben realizar auditorías internas para asegurar que se cumpla el procedimiento de importaciones, así como para garantizar que se cuente con respaldos de documentación por un período de 5 años, de acuerdo con la legislación aduanera.

Determinar el proceso logístico para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024

El propósito de este objetivo es conocer los mecanismos logísticos para la importación de los artículos de pesca hacia el territorio nacional, así como su comercialización y la estructura organizativa, las cuales ayudan a lograr con éxito que cada uno de los productos llegue a manos de los clientes finales.

Seguidamente, se presentan los datos más relevantes acerca de los principales importadores de artículos de pesca en los últimos 4 años en el territorio nacional. El objetivo es conocer a los compradores primordiales, las marcas, los valores CIF y los volúmenes.

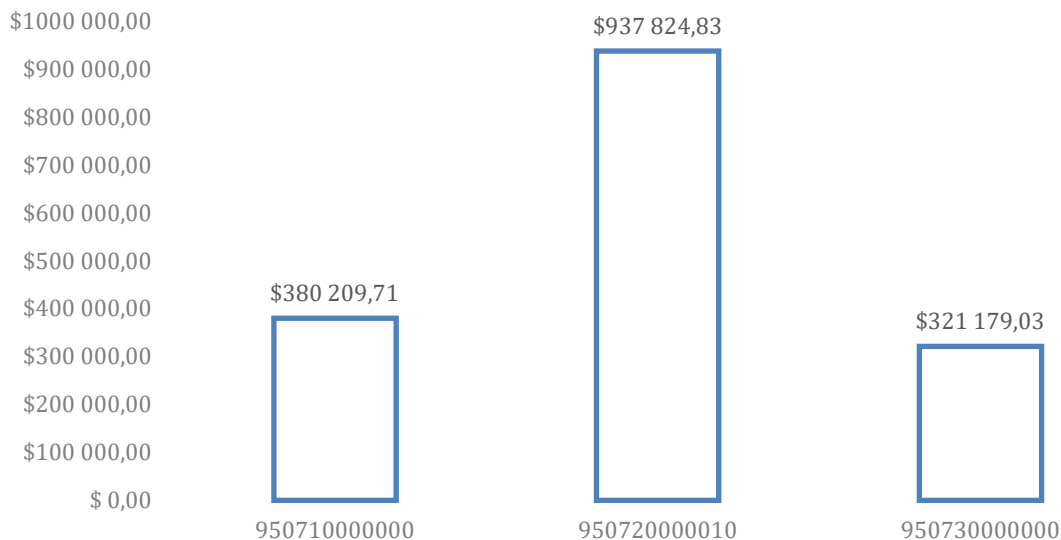
Figura 15
Valores CIF por país de procedencia desde 2020 hasta 2023



Fuente: elaboración propia con datos de Penta-Transaction (2024).

Según el gráfico anterior, el costo CIF por país de procedencia más alto es el de Estados Unidos, seguido por Taiwán y China. Por lo tanto, las principales importaciones de los artículos de pesca de las tres partidas arancelarias que se estudian provienen de estos tres países mencionados.

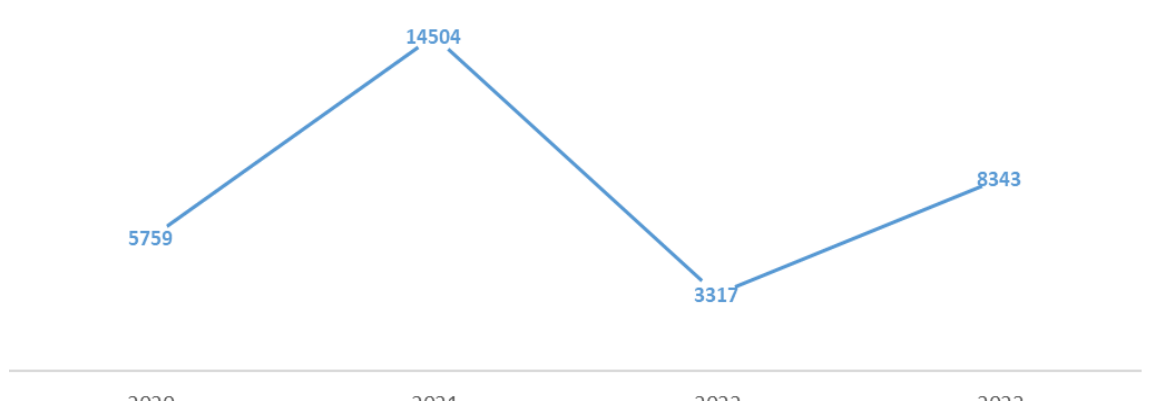
Figura 16
Valores CIF por partida desde 2020 hasta 2023



Fuente: elaboración propia con datos de Penta-Transaction (2024).

De acuerdo con la información de Penta-Transaction, desde el año 2020 hasta el 2023 se ha registrado un valor CIF total de aproximadamente \$1,600,000 USD, correspondiente a cañas, carretes, anzuelos y señuelos de todo tipo y tamaño para la pesca.

Figura 17
Cantidad de bultos importados desde 2020 hasta 2023

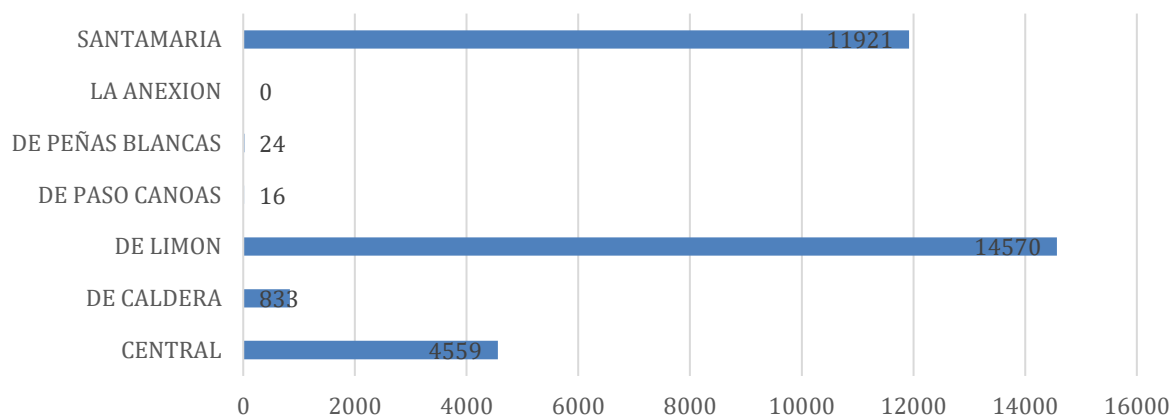


Fuente: elaboración propia con datos de Penta-Transaction (2024).

Con base en la información que se mostró, se puede indicar que entre los años 2020 y 2023 ingresaron 31.923 bultos con artículos de pesca en el territorio nacional, donde el año con mayor volumen corresponde a 2021 y el año con menor volumen es 2022.

Figura 18

Cantidad de bultos importados por la aduana de control desde el año 2020 hasta el año 2023

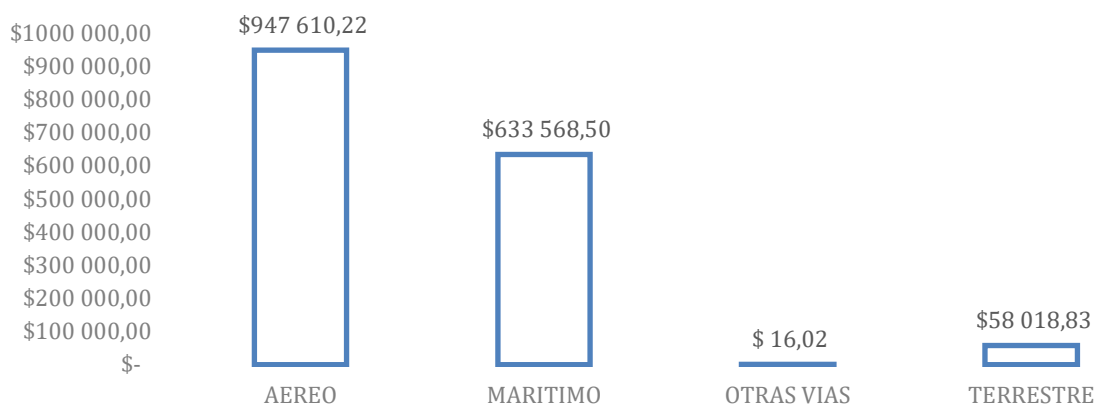


Fuente: elaboración propia con datos de Penta-Transaction (2024).

De acuerdo con la información consolidada de Penta-Transaction, de los 31.923 bultos ingresados al territorio nacional de artículos de pesca entre el año 2020 y 2023, la Jurisdicción de Limón es la que más ha recibido ingresos, con 14.570 bultos y la segunda corresponde a la Jurisdicción de Santa María, con 11.921 bultos.

Figura 19

Costo CIF por modalidad de transporte desde 2020 hasta 2023



Fuente: elaboración propia con datos de Penta-Transaction (2024).

Con relación a los valores CIF por modalidad de transporte, se puede indicar que, desde el año 2020 hasta 2023, el transporte aéreo ha sido el que más se utiliza por los importadores, con cerca de \$950,000 USD ingresados por este medio. En segundo lugar, se encuentra el transporte marítimo, con aproximadamente \$633,000 USD y en último sitio está la modalidad terrestre, con un monto de aproximadamente \$58,000 USD.

Barreras arancelarias

A continuación, se detallan las barreras arancelarias de cada uno de los productos por importar:

Barreras arancelarias de cañas de pescar. Según el sistema TICA (tecnología de información para el control aduanero) y de acuerdo con la partida arancelaria 950710000000, correspondiente a las cañas de pescar, los impuestos que se deben asumir con la importación de este producto se detallan en la Tabla 14:

Tabla 14
Impuestos a la importación de cañas de pescar

| IMPUESTOS | SIN TRATO PREFERENCIAL | CON TRATO PREFERENCIAL |
|------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Ley 6946 | 1 % | 0 |
| IVA | 13 % | 13 % |

Fuente: elaboración propia con datos de TICA (2024).

Según la Tabla 14, para la importación de este producto se debe pagar un 1 % de la Ley n.º 6946 y un 13 % de la Ley n.º 9635 (impuesto al valor agregado). Sin embargo, con la aplicación del tratado de libre comercio entre Costa Rica y China, la Ley n.º 6946 queda exenta hasta el 01/01/2040 para la importación de este artículo.

Barreras arancelarias de carretes de pesca. Con base en la información del sistema TICA (tecnología de información para el control aduanero) y de acuerdo con la partida arancelaria 950730000000 de los carretes de pesca, los impuestos que se deben asumir con la importación de este producto se detallan en la Tabla 15:

Tabla 15
Impuestos a la importación de carretes de pesca

| IMPUESTOS | SIN TRATO PREFERENCIAL | CON TRATO PREFERENCIAL |
|------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Ley 6946 | 1 % | 0 |
| IVA | 13 % | 13 % |
| DAI | 9 % | 0 |

Fuente: elaboración propia con datos de TICA (2024).

Según se observa en la Tabla 15, para la importación de este artículo se debe pagar un 13 % de la Ley n.º 9635 (impuesto al valor agregado), un 1 % de la Ley n.º 6946 y un 9 %

de derecho arancelario a la importación. No obstante, debido al tratado de libre comercio entre Costa Rica y China para la importación de este artículo, el impuesto DAI y el impuesto de la Ley n.º 6946 quedarían exentos hasta el 01/01/2040.

Barreras arancelarias de anzuelos de todo tipo y tamaño como insumo para la pesca. Según el sistema TICA (tecnología de información para el control aduanero) y de acuerdo con la partida arancelaria 950720000010 de los anzuelos, los impuestos que se deben asumir con la importación de este producto se detallan en la Tabla 16.

Tabla 16
Impuestos a la importación de anzuelos de pesca

| IMPUESTOS | SIN TRATO PREFERENCIAL | CON TRATO PREFERENCIAL |
|------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Ley 6946 | 1 % | 0 |
| IVA | 13 % | 13 % |

Fuente: elaboración propia con datos de TICA (2024).

Según se observa en la Tabla 16, para la importación de este artículo se debe pagar un 13 % de la Ley n.º 9635 (impuesto al valor agregado) y un 1 % de la Ley n.º 6946. Con la aplicación del tratado de libre comercio entre Costa Rica y China, la Ley n.º 6946 queda exenta hasta el 01/01/2040 para la importación de este artículo.

Regulaciones y requisitos de importación

Para las importaciones hacia el territorio costarricense no solo existen barreras arancelarias, sino que también se deben respetar ciertas regulaciones, como las barreras no arancelarias. A continuación, se observan las barreras no arancelarias de los productos por importar:

Tabla 17*Barreras no arancelarias a la importación*

| Barreras no arancelarias para cañas de pescar | Barreras no arancelarias para carretes de pescar | Barreras no arancelarias para anzuelo de todo tipo de tamaño como insumo para la pesca |
|--|--|--|
| Con base en el sistema de tecnología de información para el control aduanero, la partida arancelaria 950710000000 no tiene ninguna restricción en cuanto a los requisitos regulatorios a la importación. | Con base en el sistema de tecnología de información para el control aduanero, la partida arancelaria 950730000000 no tiene ninguna restricción en cuanto a los requisitos regulatorios a la importación. | Con base en el sistema de tecnología de información para el control aduanero, la partida arancelaria 950720000010 no tiene ninguna restricción en cuanto a los requisitos regulatorios a la importación. |

Fuente: elaboración propia con datos del TICA (2024).

De acuerdo con la información brindada, ninguno de los artículos (cañas, carretes, anzuelos y señuelos) presenta algún tipo de requerimiento no arancelario para la importación. Es decir, solo se deben cancelar los impuestos a la importación para poder desalmacenar y disponer de la mercancía.

Etiquetado y envasado

En Costa Rica no existe un reglamento técnico que rija los productos no alimenticios. Sin embargo, existen ciertos aspectos importantes que se deben considerar para el etiquetado de productos, como el etiquetado de cemento, luces navideñas, láminas de techo, textiles, zapatos y cosméticos, entre otros.

En el caso de las cañas de pescar, anzuelos y carretes, en ausencia de un reglamento técnico, su etiquetado se rige por la Ley n.º 7472 sobre la promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor, así como por el Decreto 37899. A continuación, se especifican los aspectos importantes para tener en cuenta para el etiquetado de estos tres productos:

Ley n° 7472 sobre el etiquetado y envasado

- Es necesario informar de manera clara, veraz y en español al consumidor sobre los elementos que inciden directamente en la decisión de consumo del producto. Se debe especificar al consumidor la naturaleza del producto, su composición, contenido, peso, en caso de requerirse, características del producto y precio de contado, ya sea en el empaque, recipiente, envase o etiquetado.
- Suministrar al consumidor las instrucciones para el uso correcto del producto. Además, se debe informar sobre los posibles riesgos para su salud, seguridad o ambiente.

Decreto 37899 sobre el etiquetado y envasado

- Informar al consumidor sobre la naturaleza del producto, su composición, el contenido, el peso en caso de que corresponda, sus características, el país de origen y el tiempo de vida útil.
- El precio debe colocarse en el empaque, en el recipiente, en el envase, en la etiqueta del producto, en la góndola o en el anaquel del establecimiento.

Ficha de proceso de importación

Enseguida, se presenta la ficha de procesos de importación de los artículos de pesca provenientes de China hacia Costa Rica. Es importante mencionar que, para esta importación, el término de negociación es EXW:

Tabla 18*Ficha de procesos*

| Entradas | Proveedor | Descripción de actividades | Responsable de la actividad | Salidas | Clientes |
|---|-------------------------------|--|------------------------------------|---|--|
| Colocación de orden de compra | Wahoo Fishing | Solicitud de la orden de compra al proveedor | Encargado de importaciones | Recepción de orden de compra | Wahoo Fishing |
| Recepción de ficha técnica | Proveedor de mercancía | Solicitud de ficha técnica al proveedor | | Enviar a la agencia de aduanas la ficha técnica para la determinación de la clasificación arancelaria | |
| Determinación de la clasificación arancelaria | Agencia aduanal | Identificar si hay requisitos de notas técnicas y si existe aplicación de convenciones internacionales | | Identificar barreras arancelarias y no arancelarias | |
| Confirmación de cobertura póliza de seguro | Instituto Nacional de Seguros | Solicitud de cobertura de póliza a la aseguradora | | Notificación del porcentaje por utilizar en la cobertura de póliza de seguro a la agencia de aduanas | Agencia aduanal Instituto Nacional de Seguros |

| | | | | |
|---|---|--|---|---------------|
| Notificación de finalización de pedido por parte de la empresa proveedora e información de la mercancía (volumen, peso y dimensiones) | Proveedor de mercancía | Solicitud de información de la mercancía (volumen, peso, dirección, contacto para realizar la recolecta) | Cotizar proveedores de transporte de acuerdo con el Incoterm negociado | Wahoo Fishing |
| Reservación de la naviera o aerolínea por utilizar | Transporte internacional | Asignación del transporte por utilizar | Confirmación de salida | |
| Factura proveedor de mercancía. Conocimiento de embarque | Proveedor de la mercancía | Registro de las facturas de mercancía para compras con Incoterm del grupo E | Inclusión de la factura comercial en la cuenta por pagar | |
| Notificación de despacho | Transportistas internacionales o proveedor de mercancía | Registro de las facturas de mercancía para compras con Incoterm del grupo F | | |
| Notificación de llegada de mercancía | Transportista internacional | Instrucción de nacionalización a la agencia aduanal | Solicitud antes examen Instrucción de nacionalización de mercancía (despachos anticipados) | |

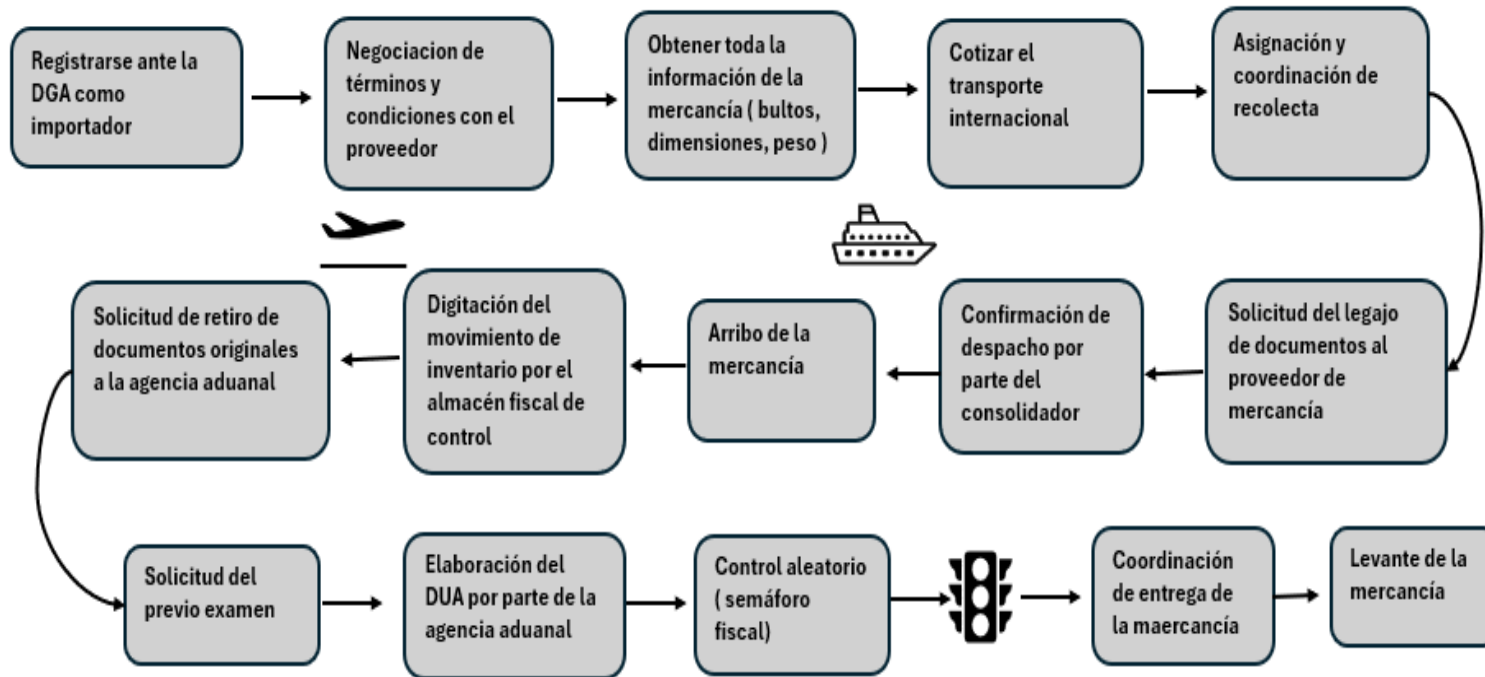
| | | | | |
|--|-----------------|-------------------------|-----------------|------------------------------------|
| Entrega de mercancía nacionalizada en centro de distribución | Agencia aduanal | Mercancía nacionalizada | Agencia aduanal | Mercancía disponible para la venta |
|--|-----------------|-------------------------|-----------------|------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia, 2024

Flujo de importación

En la Figura 20 se muestra el flujo de importación de la empresa. De esta manera, se permite entender de forma visual el proceso de importación al que se someten los artículos de pesca, desde su despacho en origen hasta la nacionalización en el territorio costarricense:

Figura 20
Flujo de importación



Fuente: Elaboración propia, 2024

En el siguiente cuadro se observan los perfiles de los puestos y la persona encargada de cada uno:

Tabla 19
Perfil de puestos y salarios

| Nombre del puesto | Salario mensual | Salario anual |
|--|------------------------|----------------------|
| Coordinador de importación | €655.000,00 | €7.860.000,00 |
| Coordinador de exportación | €655.000,00 | €7.860.000,00 |
| Encargado de mercadeo y ventas | €600.000,00 | €7.200.000,00 |
| Encargado de administración y finanzas | €600.000,00 | €7.200.000,00 |
| Totales | €2.510.000,00 | €30.120.000,00 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

En el cuadro anterior se observan los nombres de los puestos, así como su salario mensual y anual. Es importante mencionar que estos valores no incluyen las cargas sociales que el patrono debe pagar.

Tabla 20
Salarios mensuales y anuales con cargas sociales

| Nombre del puesto | Cargas sociales mensuales | Salario mensual + cargas sociales | Salario anual + cargas sociales | Aguinaldo anual | Salario anual + cargas sociales + aguinaldos |
|----------------------------|----------------------------------|--|--|------------------------|---|
| Coordinador de importación | €199.500,00 | €854.500,00 | €10.254.000,00 | €665.000,00 | €10.919.000,00 |
| Coordinador de exportación | €199.500,00 | €854.500,00 | €10.254.000,00 | €665.000,00 | €10.919.000,00 |

| | | | | | |
|--|-------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| Encargado de mercadeo y ventas | ¢180.000,00 | ¢835.000,00 | ¢10.020.000,00 | ¢600.000,00 | ¢10.620.000,00 |
| | 0 | | 0 | | 0 |
| Encargado de administración y finanzas | ¢180.000,00 | ¢835.000,00 | ¢10.020.000,00 | ¢600.000,00 | ¢10.620.000,00 |
| | 0 | | 0 | | 0 |
| Totales | ¢759.000,00 | ¢3.379.000,00 | ¢40.548.000,00 | ¢2.530.000,00 | ¢43.078.000,00 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

En la Tabla 20 se detallan las cargas sociales que el patrono debe pagar a la Caja Costarricense de Seguro Social por cuotas patronales y obreras, las cuales corresponden a aproximadamente un 30 % del salario de las personas colaboradoras. Además, se pueden observar en la tabla los montos de los salarios anuales, así como las cargas sociales mensuales y anuales. Asimismo, se contemplan los pagos de los aguinaldos.

Tabla 21
Servicios subcontratados

| SERVICIOS SUBCONTRATADOS (STAFF) | | |
|---|----------------|---------------|
| SERVICIO | Mensual | Anual |
| Encargado de asuntos legales | ¢100.000,00 | ¢1.200.000,00 |
| Encargado de contabilidad | ¢100.000,00 | ¢1.200.000,00 |
| Agencia aduanera (x servicio que se brinda) | ¢120.000,00 | ¢480.000,00 |
| Total en colones | ¢320.000,00 | ¢2.880.000,00 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

En la Tabla 21 se observa el detalle de las tarifas de los servicios subcontratados de manera mensual y anual para la operación del negocio. Es importante aclarar que, para conocer

el valor de la tarifa proporcionada por la agencia aduanera, se toma en cuenta una importación cada 3 meses. Es decir, cuatro importaciones al año, ya que las agencias cobran por el servicio brindado.

Elaborar un análisis económico-financiero para la fundación de una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica para el período 2023-2024

A continuación, en este objetivo se define el análisis económico-financiero de la empresa. La finalidad de este análisis es conocer la rentabilidad, la solvencia y la liquidez del proyecto, lo cual permite evaluar la situación de la compañía y, en a partir de esto, tomar las mejores decisiones. Asimismo, es importante desarrollar la implementación de indicadores financieros para medir aspectos económicos antes de iniciar el proyecto y así sostener la operación una vez comenzada.

Para iniciar este objetivo, se realiza una cotización con dos agencias aduanales para conocer cuáles serían los gastos aduanales de importación. Es importante mencionar que la cotización se lleva a cabo en términos del Incoterm EXW, según lo negociado con el proveedor y que el monto cotizado corresponde a la declaración única aduanera (DUA). También es relevante aclarar que las agencias aduaneras cotizan de acuerdo con la cantidad de DUA por generar. Enseguida, se muestra la cotización de ambas agencias:

Tabla 22
Cotización agencias aduanales

| Cotizaciones con agencias aduanales | | | |
|---|------------------------|----------------------------|------------------------|
| Agencia aduanal #1 | | Agencia aduanal #2 | |
| Rubro | Monto | Rubro | Monto |
| Por Carga Consolidada | \$45,20 | Por Trámite | \$95,00 |
| Papelería | \$30,00 | Redestino | \$25,00 |
| Permisos PROCOMER | \$8,00 | Permisos PROCOMER | \$13,00 |
| Movilización p / revisiónes físicas o documentales | \$10,00 | Revisión Previa Exhaustiva | \$75,00 |
| Revisión Previa Exhaustiva | \$35,00 | Revisión Previa-Sencilla | \$25,00 |
| Revisión Previa-Sencilla | \$17,00 | | |
| Total EXW | <u>\$145,20</u> | | <u>\$233,00</u> |

Fuente: Elaboración propia, 2024

El equipo de trabajo realizó un estudio de mercado en el que se consideran dos agencias de aduanas ubicadas en la Gran Área Metropolitana (GAM) para el análisis de los servicios y tarifas que ofrecen en los procesos de desalmacenaje. En el cuadro anterior, se puede observar el detalle que brinda cada una de estas agencias con sus respectivos precios.

La agencia 1, en términos de tarifas, ofrece un promedio de \$88 más económico que la agencia 2. Por lo tanto, se analiza la posibilidad de realizar pruebas de nacionalización con ambas para determinar cuál proporciona un mejor servicio en los procesos de desalmacenaje.

Tabla 23
Costos fijos y variables

| Costo | Tipo | Costo mensual | Costo anual |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|
| Costo de mercancía | Costo fijo | ¢18.778.410,00 | ¢75.113.640,00 |
| Costos de importación | Costo variable | ¢3.031.252,67 | ¢12.125.010,69 |
| Entrega local | Costo variable | ¢100.000,00 | ¢1.200.000,00 |
| Alquiler del local | Costo fijo | ¢150.000,00 | ¢1.800.000,00 |
| Agua | Costo variable | ¢20.000,00 | ¢240.000,00 |

| | | | |
|-------------------------------|----------------|----------------|-----------------|
| Electricidad | Costo variable | ¢30.000,00 | ¢360.000,00 |
| Internet | Costo variable | ¢25.000,00 | ¢300.000,00 |
| Recolección de basura (tasas) | Costo fijo | ¢3.000,00 | ¢36.000,00 |
| Seguros | Costo fijo | ¢32.880,00 | ¢394.560,00 |
| Servicios profesionales | Costo fijo | ¢320.000,00 | ¢3.840.000,00 |
| Sueldos | Costo fijo | ¢3.379.000,00 | ¢40.548.000,00 |
| Publicidad | Costo fijo | ¢250 000,00 | ¢3 000 000,00 |
| Total: | | ¢26 119 542,67 | ¢138 957 210,69 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Como parte de la elaboración de indicadores financieros, se realiza un supuesto de los costos, tanto fijos como variables, en el período de 1 año para la creación de un plan de negocios destinado a fundar una empresa importadora de artículos provenientes de China en Costa Rica.

Para el equipo es importante conocer los datos financieros a los que se incurrirá de manera mensual por cada uno de los rubros mencionados, así como tener una base para calcular el punto de equilibrio del emprendimiento. En la Tabla 24 se detalla la inversión inicial necesaria para este proyecto:

Tabla 24
Inversión inicial del proyecto

| Inversión inicial | | |
|-------------------|---------|-------------------|
| Rubro | Detalle | Precio en dólares |

| | | |
|---------------------------------------|--|-------------|
| Costo de mercancía | Total de compra de los artículos de pesca | \$36,900.00 |
| Costos de importación | Costos aduanales de importación e impuestos, flete internacional, cargos aduanales en destino y <i>pick up</i> . | \$5,956.48 |
| Costos administrativos y mano de obra | Alquiler, cobros de servicios públicos, seguros y salarios | \$8,215.20 |
| Otros costos | Costo de patente municipal, permisos de funcionamiento del Ministerio de Salud, costo registro de marca y publicidad | \$1 465,09 |
| Total inversión inicial | | \$52 536,77 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Es importante mencionar que para el rubro de costos de importación se toman en cuenta todos los gastos, desde el flete internacional, los cargos en origen y el *pick up* (cargos EXW), así como la nacionalización y el pago de impuestos. El desglose se presenta a continuación:

- Ocean Freight: \$336.
- Origin Charges: “Pick up” \$355.
- Destination charges: \$125.
- Nacionalización: \$233.
- Impuestos: \$4,907.48.

Con respecto al cálculo de impuestos, se toma en cuenta el IVA (13%), Procomer y timbres; no se utilizan los impuestos correspondientes a los derechos arancelarios de importación


(DAI) y la Ley n.º 6946 (1 %), debido a que con la aplicación del tratado de libre comercio entre Costa Rica y China, estos artículos quedarían exentos.





En la Tabla 24 se indica que la inversión inicial de este proyecto es de \$52 536,77, que equivalen en colones a aproximadamente ₡26 735 964,55. Por lo tanto, en la Tabla 25 se observan distintas fuentes de financiamiento con entidades bancarias para poder llevar a cabo este proyecto:

El equipo de trabajo se dio a la tarea de consultar los porcentajes de interés que manejan distintas instituciones financieras crediticias. La Cooperativa CoopeAnde ofrece un promedio del 15.5 %, mientras que BAC Credomatic ofrece hasta un 18 % de margen de interés para sus préstamos. Asimismo, se realizó la validación con las instituciones financieras públicas, donde el Banco Nacional (BN) y el Banco de Costa Rica (BCR) ofrecen hasta un 28 % de interés. Es importante mencionar que la línea de crédito es la personal.

De acuerdo con lo mencionado, es relevante indicar que el capital para iniciar la operación debe obtenerse mediante el financiamiento, debido a que ninguna de las dos personas creadoras del proyecto cuenta con el dinero de forma directa. En la próxima tabla se muestra el estimado de ingresos de este proyecto:

Tabla 25
Estimado de ingresos mensuales y anuales

| Productos | Imagen del producto | Precio de venta unitario | Ingresos mensuales | Ingresos anuales |
|-----------------------------------|---|--------------------------|--------------------|------------------|
| Fishing Rod Spinning/Bait-casting |  | \$19.72 | \$6,507.77 | \$78,093.28 |

| | | | | |
|-----------------------------------|---|------------|----------------|-----------------|
| Fishing Rod Spinning/Bait-casting |  | \$18.67 | \$6,161.27 | \$73,935.28 |
| Fishing reel-Spinning |  | \$14.77 | \$4,874.27 | \$58,491.28 |
| Fishing reel-Baitcasting |  | \$15.22 | \$5,022.77 | \$60,273.28 |
| Fishing Lure Kit |  | \$34.20 | \$11,284.52 | \$135,414.28 |
| Totales (\$) | | \$102.58 | \$33,850.62 | \$406,207.41 |
| Totales (C) | | ₡52.201,76 | ₡17.226.579,28 | ₡206.718.951,42 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Según la Tabla 25, se identifica que los ingresos por ventas mensuales son de ₡17.226.579,28. Para este estimado, se considera que mensualmente se venderán aproximadamente 330 piezas de cada uno de estos artículos, ya sea mediante venta directa o indirecta.

En la Tabla 26 se detalla una estimación del flujo de caja anual de este proyecto, cuyo fin es conocer la diferencia entre los ingresos y los egresos de la empresa. Lo anterior permite tomar decisiones y planificar en relación con los recursos monetarios:

Tabla 26
Flujo de caja mensual

| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
|------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Saldo inicial | -€21 809 662,67 | -€9 293 743,22 | €3 354 058,73 | €16 001 860,68 | €6 839 999,96 | €19 487 801,91 | €32 135 603,86 | €22 973 743,14 | €35 621 545,09 | €48 269 347,05 | €39 107 486,33 | €51 755 288,28 |
| Entradas | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Total Entradas | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 | €17 226 579,28 |
| Salidas | | | | | | | | | | | | |
| Costos Fijos | €4 625 659,83 | €4 493 777,33 | €4 493 777,33 | €23 272 187,33 | €4 493 777,33 | €4 493 777,33 | €23 272 187,33 | €4 493 777,33 | €4 493 777,33 | €23 272 187,33 | €4 493 777,33 | €4 493 777,33 |
| Costos Variables | €85 000,00 | €85 000,00 | €85 000,00 | €3 116 252,67 | €85 000,00 | €85 000,00 | €3 116 252,67 | €85 000,00 | €85 000,00 | €3 116 252,67 | €85 000,00 | €1 351 024,77 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Total Salidas | €4 710 659,83 | €4 578 777,33 | €4 578 777,33 | €26 388 440,01 | €4 578 777,33 | €4 578 777,33 | €26 388 440,01 | €4 578 777,33 | €4 578 777,33 | €26 388 440,01 | €4 578 777,33 | €5 844 802,10 |
| Neto del periodo | €12 515 919,45 | €12 647 801,95 | €12 647 801,95 | -€9 161 860,72 | €12 647 801,95 | €12 647 801,95 | -€9 161 860,72 | €12 647 801,95 | €12 647 801,95 | -€9 161 860,72 | €12 647 801,95 | €11 381 777,18 |
| Saldo final | -€9 293 743,22 | €3 354 058,73 | €16 001 860,68 | €6 839 999,96 | €19 487 801,91 | €32 135 603,86 | €22 973 743,14 | €35 621 545,09 | €48 269 347,05 | €39 107 486,33 | €51 755 288,28 | €63 137 065,46 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

En el flujo de caja se observa que el saldo final es rentable, lo que permite tomar decisiones estratégicas para el crecimiento de la empresa. Es importante mencionar que, en cuanto a los costos fijos, se consideran los servicios subcontratados, el alquiler del local, las tasas, el costo de la patente municipal, las pólizas de riesgo, los pagos de nóminas, las cargas sociales y la publicidad.

Respecto a los costos variables, se incluyen los rubros de entregas locales, Internet, impuesto sobre la renta y pago de servicios públicos. En el caso de los costos de la mercancía, la importación, los cargos EXW y los impuestos de importación se reflejan en el mes 1, mes 4, mes 7 y mes 10, ya que se realizan cuatro importaciones al año, es decir, una importación cada 3 meses. En la Tabla 27 se observa la proyección a 5 años de este proyecto:










Tabla 27
Flujo de caja proyectado

| Proyección a 5 años: | | | | |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| C66.137.065,46 | C154.083.793,59 | C272.505.903,17 | C414.597.913,41 | C584.500.967,84 |
| C206.718.951,42 | C237.726.794,13 | C273.385.813,25 | C314.393.685,23 | C361.552.738,02 |
| C206.718.951,42 | C237.726.794,13 | C273.385.813,25 | C314.393.685,23 | C361.552.738,02 |
| C110.392.440,50 | C121.431.684,55 | C133.574.853,01 | C146.932.338,31 | C161.625.572,14 |
| C11.379.782,79 | C1.173.000,00 | C1.348.950,00 | C1.551.292,50 | C1.783.986,38 |
| C121.772.223,29 | C122.604.684,55 | C134.923.803,01 | C148.483.630,81 | C163.409.558,51 |
| C84.946.728,13 | C115.122.109,58 | C138.462.010,24 | C165.910.054,43 | C198.143.179,51 |
| C148.083.793,59 | C263.205.903,17 | C401.667.913,41 | C567.577.967,84 | C765.721.147,34 |

Fuente: Elaboración propia, 2024

A continuación, se presenta el planteamiento del modelo de negocio para este proyecto:

Figura 21
Modelo de negocio propuesto

| ALIANZAS CLAVES  | ACTIVIDADES CLAVES  | PROPUESTA DE VALOR  | RELACIÓN CON CLIENTES  | SEGMENTO DE CLIENTES  |
|--|---|---|---|---|
| Proveedores de las mercancías, proveedores de transporte internacional, agencia aduanal, almacenes fiscales, mensajería. | Un plan de mercadeo que abarca desde conocer el comportamiento de los clientes su relación con otras marcas, el uso de redes sociales como estrategia para conectar con el cliente, solución de problemas y ser receptivos a los comentarios y sugerencias de los clientes. | La propuesta de valor son artículos de pesca provenientes de China para el mercado costarricense donde los precios The Wahoo Fishing son de los más bajos en comparación de los demás productos que puedan encontrar en tiendas físicas y / o plataformas digitales ya que se está aprovechando la economía de escala que ofrece el país de origen además utilizando acuerdos comerciales que tiene Costa Rica. | Fidelidad a largo plazo, para lograr esta relación se opta por utilizar una asistencia personal dedicada ya sea tanto en la tienda física, como también la atención brindada por medio de las redes sociales, adicional se estará brindando servicio post-venta para conocer las opiniones que tienen los clientes sobre los artículos. | Hombres entre los 18 años y 40 años residentes de las siete provincias de Costa Rica, que practiquen la pesca; ya sea por recreación, deporte, consumo o venta. |
| | RECURSOS CLAVES  Instalaciones, patente, marca, conocimientos técnicos del personal y líneas de crédito. | | CANALES  Venta directa e indirecta, para ambos tipos de venta se utiliza una estrategia de marketing utilizando redes sociales y buscando un posicionamiento en este tipo de redes. | |
| ESTRUCTURA DE COSTOS  | | | INGRESOS  | |
| Dentro de los costos variables se considera el costo de la mercancía, importación e impuestos y dentro de los costos fijos se considera el pago de nómina. | | | La forma de percibir los ingresos de este proyecto es 40% por medio de la tienda física y un 60% por medio de la venta en redes sociales. | |

Fuente: Elaboración propia, 2024

Capítulo V. Conclusiones

A continuación, se presentan las conclusiones del proyecto desarrollado:

Primero, se debe mencionar que Wahoo Fishing es una empresa dedicada a la importación de artículos de pesca provenientes de China, para su posterior comercialización en el territorio nacional. Se pretende que los clientes potenciales tengan una excelente experiencia con la compra de los productos y que estos terminen fidelizándose a través del servicio obtenido, además del costo de los artículos, que sería de los más bajos en comparación con los demás del mercado. Una vez dicho esto, es necesario mencionar que el establecimiento de la organización se ubica en la provincia de Alajuela, cantón Alajuela y distrito Desamparados.

Para la creación de la empresa, se deben completar diferentes formularios para obtener la licencia comercial, patentes, permisos de funcionamiento y permisos para el uso de suelos, entre otros. Esta tramitología debe gestionarse ante diversas entidades gubernamentales, como la Municipalidad, el Ministerio de Hacienda, la Caja Costarricense de Seguro Social, el Ministerio de Salud, el Instituto Nacional de Seguros y el Registro de la Propiedad Industrial, entre otras instituciones. Estas gestiones son necesarias para abrir a la operación comercial del negocio.

Para el plan de mercado se tomó una muestra de 109 personas, a las cuales se les realizaron diferentes preguntas con el objetivo de entender su entorno en relación con la pesca, por ejemplo, preferencias, edades, géneros, lugar de residencia, entre otros, todo relacionado con la práctica y compra de artículos de pesca.

De los resultados es posible mencionar que el 78.9 % de las personas que practican y adquieren artículos de pesca tienen una edad promedio de 18 a 40 años. Además, el lugar de residencia de la mayoría de las personas es Alajuela, con un 30 %, mientras que un 70 %

respondió que proviene de Limón, Guanacaste, Puntarenas, Heredia, San José y Cartago. En cuanto al tipo de pesca que realizan, un 60 % indicó que practica esta actividad, tanto en agua dulce como en agua salada y las marcas que más utilizan son Shimano en carretes y señuelos, mientras que en carretes la marca más empleada es Yo-Zuri.

Continuando con el plan de mercado, es importante mencionar que los productos por comercializar son cañas y carretes en ambas modalidades, tanto en *spinning* como en *baitcasting*. El otro artículo son los señuelos. Los artículos mencionados son originarios de China, donde, según las negociaciones con el proveedor, el término internacional de comercio que se utiliza es EXW.

Con respecto al proceso logístico de importación, se debe destacar que en los últimos 4 años Costa Rica ha importado un valor CIF considerable de artículos para la pesca, siendo Estados Unidos el mayor proveedor de este tipo de mercancías. Además, se observa la operación de perfeccionamiento activo, lo cual resulta atractivo, ya que muchos artículos de pesca ingresan al territorio nacional como materia prima para modificarse y reexportarse a terceros países.

Asimismo, se identifica que las partidas por importar se encuentran dentro del tratado que nuestro país mantiene con China, vigente hasta el 01/01/2040. De acuerdo con lo anterior, el país importador puede exonerar los aranceles mediante una certificación de origen, lo que reduce el costo de los productos y beneficia a los clientes potenciales, pues estos son competitivos en el mercado.

Continuando con el proceso logístico de importación, es relevante mencionar la regulación en el ámbito de etiquetado que deben tener las mercancías en el momento de ingresar al

territorio nacional. No existe un reglamento técnico que rija los productos no alimenticios, es decir, los artículos para la pesca provenientes de China, en ausencia de un reglamento técnico, se rigen por la Ley n.º 7472 sobre la promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor, así como por el Decreto 37899.

Con referencia al análisis económico-financiero, el término de negociación acordado es EXW como base para determinar los costos asociados a la importación. Al tratarse de mercancías consolidadas (LCL), los proveedores de mercancía y los compradores prefieren llegar a este acuerdo debido a un tema de riesgos y responsabilidades. Es decir, el proveedor recolecta la mercancía en el lugar acordado para posteriormente consolidarla con su agente de carga en la modalidad de transporte de su preferencia.

De acuerdo con lo mencionado, también es importante señalar que, tomando como base el costo EXW, se determina que para iniciar el proyecto Wahoo Fishing se requiere una inversión inicial de \$52 536,77.

Referencias

- Abarca, J.; Arias, J. y Bermúdez, A. (2020). *Propuesta de plan de negocios para la comercialización de un biocombustible a base de aceite reciclado para la empresa AESA Aguas especiales S. A. en Costa Rica.*
<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/16646/1/45730.pdf>
- Aguilar, J. (2019). *Plan de exportación de café arábigo, tostado sin descafeinar, preparado, marca Chirripó a Corea del Sur para la empresa CoopeAgri R. L.*
<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/15902/1/44818.pdf>
- Arévalo, J. (2018). *Estudios de mercado y estrategias de marketing digital para Foodie 2.0.*
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36158/1/TESIS%20FINAL%20ANGGIE%20AREVALO.pdf>
- Arturo, R.; Dulce, N. y Fabiola, G. (2021). *Plan de negocios enfocados a proyectos de investigación y desarrollo.*
<https://cemieoceanico.mx/downloads/libros/Plan%20de%20NegociosVF.pdf>
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1995). *Promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor.*
<https://www.reglatec.go.cr/reglatego/DescargaAdjunto?name=7472.pdf>
- Atahualpa, E.; Gilberto, Z. y Amada, I. (2019). *Plan de negocios.*
<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/468/3/Plan%20de%20negocios.pdf>
- Auquilla, R. (2022). *El proceso administrativo en el sistema organizacional en la empresa SEGUVID Ambato -Ecuador.*
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10506/1/Auquilla%20Paredes%2C%20J.%20%282023%29.%20EI%20>
- Banco Santander. (s. f.). *¿Qué es la importación?*
<https://www.bancosantander.es/glosario/importacion>
- Barreneche, D. (2010). *Metodología para la selección y evaluación de proveedores de una empresa.*
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/425/Daniel_BerrenecheGiraldo_2010.pdf
- Bóveda, J.; Oviedo, A. y Yakusik, A. (s. f.). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocios.*
https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gk-e-att/info_11_03.pdf
- Caja Costarricense de Seguro Social. (s. f.). *Catálogo de trámites institucionales.*
<https://www.ccss.sa.cr/tramites>
- Camacho, Y.; Gómez, S. y González, J. (2018). *Diseño de un plan de negocios para el fortalecimiento y el crecimiento de la PYME Don Callo; productora y comercializadora de productos lácteos en la zona de Puntarenas.*
<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/9022/1/43923.pdf>

- Cámara de Comercio de Medellín. (s. f.). *Manual para el desarrollo de un plan de negocios*. <https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Crear-Empresa/Documentos/Manual%20de%20plan%20de%20negocios-Basica.PDF>
- Cano, C. (2017). *La Administración y el Proceso Administrativo*. <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>
- Castro, C. O.; Yepes, L. C. y Ojeda, P. R. (2016). *Desarrollo de proveedores. Elementos y procesos de promoción*. <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/1682/1141>
- Chamorro, D.; Carrillo, M. y Segovia, D. (2017). *Estudio de factibilidad mercadológica para la creación de un hotel de playa en el centro comercial proyecto el faro, puerto de la Libertad*. <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/12923/1/TESIS%20ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDA%20MERCADOLOGICA.pdf>
- Chavarría Rodríguez, A. y Barrantes Esquivel, M. (2019). *Creación de un plan de negocios para la industrialización, comercialización y exportación de café oro a Estados Unidos, perteneciente a la finca productora de café de la familia Chavarría Mora en el periodo 2018-2019*. <https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/340/Creaci%C3%B3n%20plan%20negocios%20industrializaci%C3%B3n%20comercializaci%C3%B3n%20y%20exportaci%C3%B3n%20de%20caf%C3%A9%20oro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Decreto n.º 43432-S. (2022). *Reglamento general para permisos sanitarios de funcionamiento, permisos de habilitación y autorización para eventos temporales de concentración masiva de personas, otorgados por el Ministerio de Salud*.
- Durán, J. y Álvarez, M. (2008). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794_es.pdf
- EMPRETEC. (s. f.). *Manual de guía para la elaboración de un plan de negocio*. https://www.sdgfund.org/sites/default/files/PS_%20MANUAL_Panama_%20plan%20de%20negocios.pdf
- Federación Costarricense de Pesca. (s. f.). *FECOP*. <https://es.fishcostarica.org/>
- Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Fondo Social Europeo. (s. f.). *Exportación e importación en la empresa*. https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9_exportacion_importacion.pdf
- Gavelan, J. (s. f.). *Costos de importación*. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/5943/5139/20586>

- Geiner, G. (2021). *Patrones de comportamiento de la pesca ilegal del 2005 al 2018 en el Parque Nacional Isla del Coco*.
<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23356/TESIS%20FINAL%20%20Patrones%20de%20comportamiento%20de%20la%20pesca%20ilegal%20del%202005%20al%202018%20en%20el%20Parque%20Nacional%20Isla%20del%20Coco.%C2%A0%20Geiner%20Golfin%20Duarte%20UNA-ECB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- GLC Abogados. (s. f.). *Permisos y requisitos para formar una empresa en Costa Rica*.
<https://glcabogados.com/requisitos-formar-empresa-costa-rica/>
- Gobierno de Canarias. (s. f.). *La empresa: concepto, elementos, funciones y clases*.
https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/cperpad/files/2012/05/tema1_empresa.pdf
- Greg, D. (2008). *¿Cómo preparar un plan de negocios exitoso?*
https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/Como%20preparar%20un%20plan%20de%20negocios%20exitoso.pdf
- Guerrero, P. y Martínez, K. (2022). *Análisis de la gestión administrativa y su incidencia en el clima organizacional de la unidad de secundaria académica de la dirección de recursos humanos del ministerio de educación pública, a partir del 2020*.
<https://repositorio.utn.ac.cr/handle/20.500.13077/622>
- Hernández, G.; Martínez, E. y Portillo, F. (2019). *Propuesta de plan de negocios para la comercialización del grano de café en beneficio de los pequeños productores en la zona de estricta altura en cantón de Buenos Aires, Municipio del Chalchuapa, Departamento de Santa Ana*.
<https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/24218/1/PROPUESTA%20DE%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACIÓN%20DEL%20GRANO%20DE%20CAFÉ%20EN%20BENEFICIO%20DE%20LOS%20PEQU.pdf>
- Hopelchen. (s. f.). *Definición de empresa y su clasificación*.
<https://hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r119823.PDF>
- Instituto Profesional Latinoamericano de Comercio Exterior. (s. f.). *Costo de operaciones logísticas*. https://cursos.iplacex.cl/CED/COL5005/S1/ME_1.pdf
- Isasa, J. (s. f.). *Definición de logística*. <http://sinapsis.club/web/uploads/13118/3a52cfaef0-guia-1-definicion-de-logistica.pdf>
- Lamberto, V. (s. f.). *La investigación cualitativa*.
<https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- León, V. (2018). *Resultados comerciales generados desde la entrada en vigencia del tratado de libre comercio Costa Rica- China: desde las exportaciones del sector agrícola costarricense*.
https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1918/1/TFG_Ulatina_Veronica_Leon_Zu%C3%B1iga.pdf

- Maranto, M. y Gonzales, M. (2015). *Fuentes de Información*.
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>
- Mauleón, M. y Prado, M. (s. f.). *Logística inbound*.
<https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490523124.pdf>
- McDonald, F.; Paniagua, J. y Venegas, A. (2019). *Propuesta de actualización de las notas técnicas de importación, exportación y reexportación n.º 36 y 81, reguladas por el Ministerio de Ambiente y Energía y n.º 38, regulada por la Dirección de Gestión de Calidad Ambiental, Oficina Técnica de Ozono en el Arancel Aduanero de Costa Rica para PROCOMER*. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/>
- McGraw Hill. (s. f.). *El concepto económico de empresa. Estudio de patrimonio*.
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448169336.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s. f.). *Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de la República Popular China*. <https://www.comex.go.cr/tratados/china/>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). (2013). *Decreto 37899*.
<https://www.reglatec.go.cr/reglatec/DescargaAdjunto?name=37899.pdf>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). (s. f.). *¿Qué debo hacer para crear una empresa?* <https://www.meic.go.cr/web/137/pymes/preguntas-frecuentes.php>
- Ministerio de Hacienda. (s. f.). *Registro único Tributario*.
<https://www.hacienda.go.cr/docs/RUTRegistroUnicoTributario.pdf>
- Monterroso, E. (2000). *El proceso logístico y la gestión de la cadena de abastecimiento*.
<http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/logistica.pdf>
- Montiel, M. y Sánchez Apolinar. (2019). *La planeación como herramienta estratégica en el desarrollo empresarial*. Seminario de graduación para optar al título de licenciados en administración de empresas. <https://repositorio.unan.edu.ni/10998/1/19602.pdf>
- Municipalidad de Alajuela. (s. f.). *Actividad control constructivo*. Microsoft Word - Formulario Uso de Suelo (para solicitud de patente comercial)- Versión 2021 (munialajuela.go.cr)
- Municipalidad de Alajuela. (s. f.). *Actividad de patentes*.
 SOLICITUD_DE_CERTIFICADO_DE_LICENCIA_COMERCIAL_24-03-2023_27-03-2023_10_45_37.pdf (munialajuela.go.cr)
- Muñoz, D. (2020). *Los costos de importación y la rentabilidad de la empresa EM Electronics de la ciudad de Ambato*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30871/1/T4738ig.pdf>
- Orjuela, J.; Chinchilla, Y. y Suárez, N. (2016). Costos logísticos y metodologías para el costeo en cadenas de suministro: una revisión de la literatura. *Cuadernos de Administración*, 17(44), 45-60.
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v17n44/v17n44a03.pdf>

- Oscar, R.; Augusto, H. y Henry, C. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>
- Páramo, L. (2017). *Proceso de Importación*.
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1401/Procesos%20de%20Importaciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pazmiño, M. (2019). *La gestión de proveedores a partir del análisis jerárquico de procesos en una empresa de calzado industrial*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30446/1/T4643i.pdf>
- Perea, S. (2021). *Estudio de mercado de un restobar en la ciudad de Iquitos, año 2020*.
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/1437/SERGIO%20DANTE%20PEREA%20SEOANE%20-%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pons, M. (2023). *Una teoría general del plan como forma de actuación de la Administración*.
https://www.marcialpons.es/media/pdf/primeras_pags_planes_administrativos.pdf
- Potosme, A. y Moncada, B. (2020). *La empresa como actividad económica y su entorno mediante la aplicación de técnica de administración y dirección de empresas en subsistemas*. <https://repositorio.unan.edu.ni/14565/1/14565.pdf>
- Ramos, J. y Riveros, W. (2017). *La investigación de mercados sistemática y la calidad del servicio en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Huancavelica año 2014*. <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/806de127-45da-41a6-ac43-900f191950ea/content>
- Real Academia Española. (s. f.). *Diccionario de la Real Academia Española*.
<https://dle.rae.es/>
- Rivero, S. y Xiang, B. (2022). *Diplomacia en acción: Alcances y oportunidades de las relaciones China-Costa Rica*.
https://icap.ac.cr/wpcontent/uploads/2022/07/documento_
- Román, L. (s. f.). *¿Qué es la empresa?*
https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5067/que_es_la_empresa.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Ruiz, H. (s. f.). *Aprobado TLC en Costa Rica y China*.
<https://www.uned.ac.cr/ocex/ocex/index.php/124-boletines-articulos/89-aprobado-tlc-entre-costa-rica-y-china>
- Solís, V.; Fonseca, M.; Ayales, I. y Pochet, G. (2022). *Situación e implicaciones sociales y ambientales de la pesca artesanal de pequeña escala en Costa Rica*.
https://repositorio.conare.ac.cr/bitstream/handle/20.500.12337/8386/Solis_V_Situacion_implicaciones_sociales_ambientales_pesca_artesanal_Costa_Rica_IEN_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Soto, A. y Phillips, D. (2019). *Análisis de las percepciones de los factores de riesgo ocupacional en pescadores artesanales de pequeña escala en el recibidor del mercado municipal del cantón de Puntarenas, Costa Rica*.
<https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/299/Modelo%20comercializaci%C3%B3n%20implementado%20poblaci%C3%B3n%20pesquera%20artesanal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Universidad Dr. José Matías Delgado. (s. f.). *Introducción a la logística*.
<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADWD0000527/Capitulo%201.pdf>
- Universidad Peruana Los Andes. (s. f.). *Marco Teórico de los costos*.
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/7438/Fundamentos%20de%20Costos%207-46.pdf?sequence=1>
- Vallejos, O. (2018). *Propuesta de guía para la logística de importación de carga general desde Estados Unidos para la empresa Central Azucarera Tempisque, S. A. (CATSA)*. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789>
- Vargas, D. (2019). *Análisis de los principios del derecho ambiental relacionados con la actividad de pesca, contenidos en la resolución n.º 2013- 10540 de la sala constitucional y su implicación para la pesca de arrastre en Costa Rica*.
<https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2019/09/20719-Daniela-final-tesis.pdf>
- Vera, L. (s. f.). *La investigación cualitativa*.
https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/velez_vera__investigacion_cualitativa_pdf.pdf
- Villegas, L. (2019). *Estudio de mercado para el lanzamiento de una nueva marca de menestras en la ciudad de Chiclayo para la empresa GUA S. A.C*.
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2027/1/TL_VillegasCruzLuis.pdf
- Yacuzzi, E. (2012). *Conceptos fundamentales del desarrollo de proveedores*.
<https://www.econstor.eu/bitstream/110419/84344/1/715650408.pdf>
- Yáñez, O.; Garza, M.; González, J. y Guzmán, E. (2019). *Análisis de costos logísticos en una cadena de suministro del sector agroindustrial*. Estudio de caso. Zenodo.
<https://zenodo.org/record/4308749/files/II50.pdf>
- Yáñez, P. (2010). Acerca del concepto de empresa en el código del trabajo. *Revista de Derecho del Trabajo y Seguridad Social*, 1, 1-20.
<https://iamr.uchile.cl/index.php/RDTSS/article/download/43017/44955/7>
- Zacarías, J. y Martínez, C. (2008). *Paul Krugman y el nuevo comercio internacional*.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4547087.pdf>
- Zamora, E. (s. f.). *Proveedores y Acreedores, Clientes y Deudores: ¿conoces la diferencia?*
https://www.gabilos.com/webcontable/colaboraciones/proveedores_acreedores_clientes_deudores.pdf

Anexos

Anexo 1. Cotización FCL China

SQ: Q650195

| Origen | Puerto de Carga | Puerto de Descarga | Destino | 20STD \$ | 40STD \$ | 40HC \$ |
|---------------------|------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| BEIJIAO, SHUNDE | BEIJIAO, SHUNDE | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 300 | 3 400 | 3 400 |
| CHONG QING | CHONG QING | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 600 | 4 200 | 4 200 |
| CHANGSHA, HUNAN | SHANGHAI | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 350 | 3 500 | 3 500 |
| DALIAN, CHINA | DALIAN, CHINA | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 350 | 3 700 | 3 700 |
| FOSHAN, GUANGDONG | FOSHAN, GUANGDONG | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 350 | 3 700 | 3 700 |
| FUZHOU, CHINA | FUZHOU, CHINA | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 300 | 3 800 | 3 800 |
| HUANGPU, GUANGDONG | HUANGPU, GUANGDONG | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 300 | 3 600 | 3 600 |
| JIANGMEN, GUANGDONG | JIANGMEN, GUANGDONG | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 300 | 3 700 | 3 700 |
| NINGBO, CHINA | NINGBO, CHINA | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 150 | 3 300 | 3 300 |
| NANJING, CHINA | NANJING, CHINA | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 400 | 3 600 | 3 600 |
| RONGQI, GUANGDONG | RONGQI, GUANGDONG | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 300 | 3 400 | 3 400 |
| QINGDAO, CHINA | QINGDAO, CHINA | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 150 | 3 300 | 3 300 |
| SHANGHAI | SHANGHAI | CALDERA, PUNTARENAS | SAN JOSE (COSTA RICA) | 3 150 | 3 300 | 3 300 |

Anexo 2. Cotización de carga LCL desde China

| | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------|------------------|------------------------|
| VENDEDOR: | FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ VOLIO | | MODALIDAD | LCL | INCOTERMS | FCA |
| INFORMACION DE LA CARGA | | | | | | |
| PIEZAS | PESO | VOLUMEN | LARGO | ALTO | ANCHO | PESO/VOL |
| 1 | 2,480.00 KG | 9.25 M3 | 0.00 MT | 0.00 MT | 0.00 MT | 1,542.40 kg |
| ----- | | | | | | |
| TOTALES ==> | 2,480.00 kg | 9.25 m3 | 1,542.40 kg | | | |
| | DESCRIPCION | CANTIDAD | PRECIO | IVA | TOTAL | |
| | Flete Marítimo de Importación | 1 | USD 613.00 | 0 | USD 613.00 | |
| | Cargos en Destino | 1 | USD 132.60 | 17.24 | USD 149.84 | |
| | Manejos Locales | 1 | USD 65.00 | 8.45 | USD 73.45 | |
| | Digitación | 1 | USD 35.00 | 4.55 | USD 39.55 | |
| | | | | | TOTAL | \$ 875.84 |
| NOTAS | | | | | | |

Anexo 3. Cadena de valor

| Monto Orden de Compra Euros | | | |
|--|-------------|--------------------------------|------------------|
| Tipo de Cambio Euros a Dolares | 1,099 | | |
| Monto Dolares | 5000 | | |
| Valores | | T. de cambio dolares a Colones | Equiv. Colones ¢ |
| Factura | \$ 5.000,00 | 550,00 | ¢ 2.750.000,00 |
| Flete internacional | \$ 3.600,00 | | ¢ 1.980.000,00 |
| Seguro | \$ 14,00 | | ¢ 7.700,00 |
| Valor CIF | \$ 8.614,00 | | ¢ 4.737.700,00 |
| Impuestos sobre el valor agregado | \$ 1.119,82 | | ¢ 615.901,00 |
| Derechos Arancelarios de Importación (DAI) | 1.205,96 | | 663.278,00 |
| Ley 6946 (1%) | \$ 86,14 | | ¢ 47.377,00 |
| Procomer y timbres | \$ 3,10 | | ¢ 1.705,00 |
| Total Impuestos | \$ 2.415,02 | | ¢ 1.328.261,00 |
| Gastos aproximados de Nacionalizacion | \$ 200,00 | | ¢ 110.000,00 |
| Flete Local | \$ 96,00 | | ¢ 52.800,00 |
| TOTAL COSTO DE IMPORTACION | \$ 2.711,02 | | ¢ 1.491.061,00 |

Anexo 4. Cronograma de actividades

| Actividades | 2023 | | | 2024 | | | | | | | | | | | | 2025 | | | | |
|---|---------|-----------|-----------|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|---------|-------|-------|------|
| | Octubre | Noviembre | Diciembre | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo |
| Título I-II-III | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión Tutor Anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión Lector 1 Anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión Lector 2 Anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración del instrumento de recolección de datos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión del instrumento de recolección de datos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aplicación del instrumento de recolección de datos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tabulación de la información | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Redacción del Cap IV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión del Cap IV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de las Conclusiones y Recomendaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión Tutor final | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión Lector 1 final | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión Lector 2 final | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrega de Proyecto Final al Comité | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Defensa de Proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Anexo 5. Solicitud de marca



REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
SOLICITUD DE MARCA

RPI-MC-01

A TÍTULO PERSONAL

1. Calidades del solicitante:

En caso de varios titulares utilizar hoja adicional e indicar la proporción o porcentaje de su participación.

| | |
|--|--|
| Nombre Completo | |
| Numero de identificación | |
| Estado civil completo (n° de nupcias) | |
| Dirección exacta | |

2. Dirección exacta del establecimiento comercial. (Provincia, Cantón, Distrito y otras señas)

| |
|--|
| |
|--|

3. Seleccione una de las opciones del tipo de marca:

| | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Marca de fábrica | <input type="checkbox"/> Marca de comercio | <input type="checkbox"/> Marca de servicios |
| País de origen de la marca | | |

4. (Indicar el nombre del signo distintivo a proteger, con su diseño o logo si lo tuviera (puede utilizar hoja adicional). No se debe incluir el símbolo ® o ™ en el diseño).

| |
|--|
| |
|--|

5. Indicar la traducción al idioma español de la parte denominativa de la marca o el del signo (en caso de palabras en otro idioma. No se requiere traducción oficial o notarial):

| |
|--|
| |
|--|

6. Indicar número de clases y la lista de productos o servicios según la clasificación internacional de NIZA. Omitir términos como "etc." y "y otros" (Puede utilizar hojas adicionales)

| Clase | Productos y/o servicios |
|-------|-------------------------|
| | |
| | |
| | |

7. Reservas. Indicar si hace reserva o no de los colores contemplados en el diseño solicitado.

| |
|--|
| |
|--|

8. Indicar prioridad(es) reclamada(s). En caso de marcas presentadas en un país extranjero:

| País | Fecha de presentación | Nº de la solicitud |
|------|-----------------------|--------------------|
| | | |
| | | |
| | | |

9. En caso de que se trate de una solicitud divisional indique el número de expediente de la solicitud principal: _____

10. Indicar medio para atender notificaciones sobre esta solicitud (Preferiblemente una dirección de correo electrónico).

11. Persona autorizada para retirar los documentos (nombre completo y número de identificación):

- Adjuntar el comprobante de pago de la tasa establecida en la ley \$50 o su equivalente en colones en timbres del Registro Nacional por cada clase de la clasificación internacional de NIZA seleccionada y ₡20 en timbre del Archivo Nacional.
- En caso de reutilizar la tasa de inscripción debe indicar el número de expediente.

Nota: Para efectos del retiro del certificado de inscripción, una vez inscrito su signo distintivo, debe cancelar un entero bancario de ₡125 en timbre Fiscal y ₡5 en timbre de Archivo.

Firma del solicitante

Favor Indique por qué medio obtuvo información de nuestros servicios

Programa de capacitación o charra

Publicidad

Call Center

CATI (Centro de Apoyo a la Tecnología e Información)

Otro Indique: _____

Nota: Solicito se notifique el certificado digital.

Anexo 6. Formulario patente comercial



Municipalidad de Alajuela

TRAMITE N°: _____

ACTIVIDAD DE PATENTES SOLICITUD DE CERTIFICADO DE LICENCIA COMERCIAL

DATOS DEL SOLICITANTE (PATENTADO):

Nombre del patentado: _____

Cédula física o jurídica: _____

En caso de que el patentado sea persona jurídica

Nombre del Representante Legal: _____

Número de cédula: _____ Teléfono: _____

Distrito: _____ Dirección exacta: _____

Autorizo a la Municipalidad de Alajuela a notificarme a través del siguiente correo electrónico

DATOS DE LA LICENCIA COMERCIAL (OBLIGATORIO)

Licencia comercial número: _____

Actividad comercial autorizada: _____

Nombre fantasía del local comercial: _____

Dirección del local comercial: _____

Distrito: _____ Finca número 2- _____

DATOS DE LA LICENCIA COMERCIAL (OBLIGATORIO)

Licencia comercial número: _____

Actividad comercial autorizada: _____

Nombre fantasía del local comercial: _____

Dirección del local comercial: _____

Distrito: _____ Finca número 2- _____

MOTIVO DE SOLICITUD DE CERTIFICADO DE LICENCIA COMERCIAL

Extravío () Deterioro () Nunca he tenido () Actualización de datos: ()

Firmo a las _____ horas del día _____ del mes _____ del año
20____.

Firma del patentado (o representante legal)

Anexo 7. Formulario patente para uso de suelo



Municipalidad de Alajuela

ACTIVIDAD CONTROL CONSTRUCTIVO
SOLICITUD PARA RESOLUCIÓN MUNICIPAL DE USO DE SUELO PARA PATENTE

| DATOS DE LA PERSONA SOLICITANTE | | | |
|---|--|--------|--|
| Nombre de la persona solicitante o Representante legal: | | | |
| Cédula de Identidad. | | Firma: | |

• Firma debe de ser idéntica a la estampada en cédula de Identidad

En caso de Razón Social

| | | | |
|-------------------------|--|--|--|
| Nombre de Razón Social: | | | |
| Cédula Jurídica: | | | |

| DATOS DE LA PROPIEDAD | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|-----------|
| Nº Folio Real: 2- | Nº de Plano Catastro A-2-_____ | Distrito: |
| Dirección exacta del local comercial | | |

Autorizo a la Municipalidad de Alajuela a notificarme a través del siguiente correo electrónico:

Correo electrónico para notificaciones: _____

| INFORMACIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL | |
|---|---------------------|
| Actividad comercial que desea desarrollar (especifique) | |
| El local comercial es construcción nueva (aplica en caso de remodelación del local) | Sí ()* No () |
| *Indicar el número de trámite de APC del permiso de construcción | |

Anexo 8. Formulario de solicitud de permiso

|  FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO. <small>(No dejar espacios en blanco, escribir claro en letra imprenta o de molde, sin tachaduras)</small> | |
|---|---|
| A. INFORMACIÓN RELATIVA A LA ACTIVIDAD PARA LA CUAL SE SOLICITA PERMISO. | |
| 1 | TIPO DE PERMISO SOLICITADO: Permiso sanitario de funcionamiento (<input type="checkbox"/>) Permiso de habilitación (<input type="checkbox"/>) |
| 2 | MOTIVO DE PRESENTACIÓN: Primera vez (<input type="checkbox"/>) Renovación (<input type="checkbox"/>) |
| 3 | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: (No utilice abreviaturas ni símbolos) |
| 4 | CÓDIGO CAECR DE LA(S) ACTIVIDAD(ES) PRINCIPAL(ES): |
| 5 | CÓDIGO(S) CAECR DE LA(S) ACTIVIDAD(ES) ACCESORIA(S): |
| 6 | GRUPO DE RIESGO A (<input type="checkbox"/>) B (<input type="checkbox"/>) C (<input type="checkbox"/>) |
| 7 | DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD(ES) PRINCIPAL(ES): |
| 8 | DESCRIPCIÓN DE LA(S) ACTIVIDAD(ES) ACCESORIA(S): |
| 9 | TELÉFONO(S): |
| 10 | FAX: |
| 11 | APARTADO POSTAL: |
| 12 | CORREO ELECTRÓNICO: |
| 13 | HORARIO DE TRABAJO: |
| 14 INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES EN ESTABLECIMIENTOS: | |
| 15 | PROVINCIA: |
| 16 | CANTÓN: |
| 17 | DISTRITO: |
| 18 SEÑAS ESPECÍFICAS: | |
| 19 | GEORREFERENCIACION SEGÚN PROYECCION CRTM05 |
| 19a | Coordenada X (seis dígitos): |
| 19b | Coordenada Y (siete dígitos): |
| 20 | ÁREA DEL ESTABLECIMIENTO (En metros cuadrados): |
| 21 | TOTAL DE PERSONAS USUARIAS |
| 22 | TOTAL DE PERSONAS TRABAJADORAS: |
| 23 EN EL ESTABLECIMIENTO SE UTILIZARÁ O EXPENDERÁ: a. Gas licuado de petróleo (GLP) Sí (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>) b. Gas Natural Licuado (GNL) Sí (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>) | |
| 24 INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES EN UNIDADES MÓVILES DE SERVICIOS DE SALUD: | |
| 25 | TIPO: Vehículo (<input type="checkbox"/>) Remolque (<input type="checkbox"/>) |
| 26 | DESPLAZAMIENTO: Terrestre (<input type="checkbox"/>) Acuático (<input type="checkbox"/>) Aéreo (<input type="checkbox"/>) |
| 27 | PLACA: |
| 28 | MARCA: |
| 29 | MODELO: |
| 30 | AÑO: |
| B. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE. | |
| 31 | NOMBRE DEL SOLICITANTE (Persona física o razón social): |
| 32 | No. DE IDENTIFICACIÓN: |
| 33 | NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL (Solo en caso de persona jurídica): |
| 34 | No. DE IDENTIFICACIÓN: |
| 35 | CORREO ELECTRÓNICO: |
| 36 | TELÉFONO(S): |
| 37 | APARTADO POSTAL: |
| 38 | FAX: |
| 39 | MEDIO DE NOTIFICACIÓN: |
| 40 | FIRMA DEL SOLICITANTE O DE SU PRESENTANTE LEGAL: |
| 41 | AUTENTICACIÓN: |

| C. INFORMACIÓN DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO O UNIDAD MÓVIL DE SERVICIOS DE SALUD. | | | |
|--|--|----|---|
| 42 | NOMBRE DEL PROPIETARIO (Persona física o razón social): | 43 | No. DE IDENTIFICACIÓN: |
| 44 | NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL (Solo en caso de persona jurídica): | 45 | No. DE IDENTIFICACIÓN: |
| 46 | CORREO ELECTRÓNICO: | 47 | APARTADO POSTAL: |
| 48 | TELÉFONO: | 49 | FAX: |
| 50 | MEDIO DE NOTIFICACIÓN: | | |
| D. INFORMACIÓN ADICIONAL PARA EL CASO DE LOS SERVICIOS DE SALUD. | | | |
| 51 | NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO: | | |
| 52 | No. DE IDENTIFICACIÓN: | 53 | PROFESIÓN: |
| 54 | CÓDIGO PROFESIONAL: | | |
| 55 | CORREO ELECTRÓNICO: | 56 | APARTADO POSTAL: |
| 57 | TELÉFONO: | 58 | FAX: |
| 59 | MEDIO DE NOTIFICACIÓN: | | |
| E. PARA USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD. | | | |
| 60 | CÓDIGO CIU.4 VERIFICADO Actividad Principal: | 61 | CÓDIGO(S) CIU.4 VERIFICADO Actividad(es) Accesorias: |
| 62 | GRUPO DE RIESGO A () B () C () | | |
| 63 | REQUISITOS DE LA SOLICITUD: La solicitud cumple con todos los requisitos dispuestos en el reglamento vigente para el tipo de permiso solicitado: Sí () NO () | | |
| 64 | Nº DE SOLICITUD: | 67 | SELLO: |
| 65 | FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD: | | |
| 66 | FECHA Y HORA DE RECIBIDO DE SOLICITUD: | | |
| F. USO EXCLUSIVO PARA SOLICITUDES DEL PERMISO POR PRIMERA VEZ PARA TODAS LAS ACTIVIDADES Y SOLICITUDES DE RENOVACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL GRUPO C. | | | |
| <p>El presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS constituirá el certificado del permiso.</p> |  PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD | | |
| | No. _____ | | |
| | FECHA: ____/____/____ | | |
| | Tiene validez de ____ año(s). SELLO | | |
| | Fecha vencimiento: ____/____/____ | | |
| Funcionario que aprueba la solicitud: _____ | | | |
| Firma: _____ | | | |

Anexo 9. Declaración jurada

Yo: con domicilio en la provincia: , cantón: , distrito: , otras señas: , cédula identidad (), DIMEX (), carné provisional de permiso laboral () o carné provisional de permiso laboral categoría especial () n.º __, en mi carácter de: propietario () o representante legal () de la de la persona jurídica cédula jurídica __, que desarrollará la actividad denominada: , en () establecimiento comercial ubicado en la provincia: , cantón: , distrito: , otras señas: ____, finca n.º folio real , () o la unidad móvil de servicios de salud con placa: , marca: , modelo: , año: , solicito me sea otorgado o bien le sea otorgado a mi representada, el permiso que señala la Ley General de Salud, para lo cual declaro bajo fe de juramento consiente de que, al no decir la verdad, incurro en el delito de perjurio sancionado con pena de prisión según el Código Penal de Costa Rica, lo siguiente:

Primero. — Que soy propietario, o bien mi representada es propietaria, del mencionado establecimiento o vehículo que servirá para desarrollar la actividad descrita anteriormente, o en su defecto doy fe que cuento con la autorización del propietario para desarrollar la actividad descrita y tengo los documentos que así lo comprueban.

Segundo. — Que la información que contiene el formulario unificado de solicitud de permiso que adjunto a esta declaración es verdadera.

Tercero. - Que previo a la presentación de esta solicitud he gestionado el cumplimiento de las siguientes condiciones, que aplican según el tipo de permiso solicitado y la actividad a desarrollar:

A. Documento municipal sobre uso de suelo n.º _____
_____ otorgada por la Municipalidad de _____, emitida el día
_____ del mes de _____ del año _____. (únicamente para actividades industriales).

B. Permiso de ubicación (para las actividades de plantas de tratamiento de aguas residuales, cementerios, rellenos sanitarios, coincineración de residuos ordinarios, bodegas de agroquímicos, según oficio n.º _____ autorizado por la DRRS o la DARS del Ministerio de Salud, emitido el día _____ del mes de _____ del año _____. (Únicamente para aquellas actividades reguladas mediante reglamentos específicos).

B. Viabilidad ambiental n.º _____ emitida por la SETENA, el día _____ del mes de _____ del año _____ (Únicamente para aquellas actividades que se desarrollarán en obras o edificaciones nuevas que previamente no hayan tenido permiso para actividades en ellas).

D. Contrato n.º _____ asignado por el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos, para el trámite digital de los planos de construcción del establecimiento. Además, todas las observaciones han sido subsanadas. (Para construcciones nuevas, modificaciones o ampliaciones).

E. Resolución n.º _____ de la concesión de aprovechamiento del agua emitida por la Dirección de Aguas del MINAE, el día _____ del mes de _____ del año _____ y por un periodo de _____ años.

F. Resolución n.º _____ del Permiso de vertido, emitida por la Dirección de Aguas del MINAE, el día _____ del mes de _____ del año _____ (para aquellos establecimientos que viertan sus aguas residuales a un cuerpo receptor).

G. Autorización n.º _____ para la práctica con emisores de radiaciones ionizantes, emitida por el Ministerio de Salud, el día _____ del mes de _____ del año _____ (para aquellas actividades que involucren la práctica con emisores de radiaciones ionizantes).

H. Permiso n.º _____ de operación de calderas, emitido por el Ministerio de Salud, el día _____ del mes de _____ del año _____ (para aquellos establecimientos que cuenten con calderas).

I. Cuento con la regencia emitida por el Colegio _____, requerida por la.

Ley n.º 5395 del 30 de octubre de 1973 “*Ley General de Salud*” o por alguna ley especial.

J. Declaro no tener pendiente el pago de multas por infracciones a la Ley 9028 del 22 de marzo del 2012 “*Ley general de control del tabaco y sus efectos nocivos en la salud*”.

K. Declaro no estar moroso con la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), según lo dispuesto por la Ley n.º 17 del 22 de octubre de 1943 “*Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social*”.

L. Declaro no estar moroso con el Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares (FODESAF), según lo establecido en el artículo 22 de la Ley n.º 5662 del 23 de diciembre de 1974 “*Ley de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares*”.

M. Declaro estar al día con el pago de las obligaciones tributarias conforme al art. 18 bis de la Ley n.º 4755 del 3 de mayo de 1971 “*Código de Normas y Procedimientos Tributarios*”.

N. Declaro no tener pendiente el pago de multas por omisión en el cumplimiento de las órdenes sanitarias, medidas especiales o generales, dictadas por el Ministerio de Salud”.

Cuarto. - Que se cumple con la normativa sanitaria aplicable para la actividad específica. En el caso particular de los servicios de salud se cumple con los estándares definidos en la norma de habilitación específica que le es aplicable.

Quinto. - Que soy consciente que debo mantener el cumplimiento de las normas sanitarias que me sean aplicables por el tiempo de vigencia del permiso que fuese otorgado, por ser esto indispensable para la operación de la actividad. De igual forma soy conocedor que no puedo ampliar ni cambiar la actividad que se desarrollará sin la autorización previa del Ministerio de Salud. También comprendo que todos los productos, equipos y materiales que se comercialicen o utilicen dentro de la actividad que represento, deben contar con el respectivo Registro Sanitario del Ministerio.

Sexto. - Que comprendo que las instalaciones de la actividad deben cumplir con las disposiciones del Decreto Ejecutivo 39428-S del 23 de noviembre del 2015 “*Reglamento para el Control de la Contaminación por Ruido*”, y que, en caso de ser demostrada la necesidad de realizar ajustes en esta materia por medio de evaluaciones sónicas practicadas por funcionarios del Ministerio de Salud, se efectuarán los ajustes necesarios en el plazo que me sea señalado.

Séptimo. - Que la cantidad de ocupantes del establecimiento indicada en el formulario de solicitud se basa en lo establecido en los planos constructivos del edificio, o en su defecto en una certificación emitida por un profesional incorporado al Colegio Federado de Ingenieros

y Arquitectos o del Benemérito Cuerpo de Bomberos, el cual debo presentar cuando sea solicitado por funcionarios del Ministerio de Salud.

Octavo. - Que comprendo, que en caso de utilizar gas licuado de petróleo (GLP) en mi actividad, debo tramitar oportunamente la actualización del informe técnico de cumplimiento ante el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Costa Rica o ante un profesional autorizado para tal fin por su respectivo Colegio Profesional. Además, soy conocedor que es mi deber remitir una copia de este informe cada dos años a la Dirección de Área Rectora de Salud, y mantener el original de dicho del informe en el establecimiento.

Noveno. - Por lo anterior, exonero de toda responsabilidad a las autoridades del Ministerio de Salud por el otorgamiento del permiso con base en la presente declaración, y entiendo plenamente que la autoridad de salud correspondiente procederá a cancelar el permiso y clausurar la actividad, para la cual solicito el permiso, si se llegase a corroborar alguna falsedad en la presente declaración, así como errores u omisiones en los documentos aportados, o bien se llegase a comprobar que no se cumplen con las normativas sanitarias que le sean aplicables a mi actividad. Igualmente comprendo que en caso de utilizar o comercializar productos que no cuenten con el debido registro sanitario mi actividad podrá perder su permiso. ES TODO.

Firmo en _____ a las _____ horas del día _____ del mes de _____ del año _____.

Firma: _____ Es auténtica: _____

Anexo 10. Formulario de inscripción patronal



Caja Costarricense de Seguro Social

Dirección XXXXXX
Área xxxxx / Subárea xxxxxxxxx
Telfs: _____

Solicitud de Inscripción / Reanudación Patronal Caja Costarricense de Seguro Social PATRONO PERSONA FÍSICA

Fecha: _____

Señores
Caja Costarricense de Seguro Social

Presente

Yo _____, con número de identificación _____, solicito la inscripción (), reanudación () patronal en la Caja Costarricense de Seguro Social, por la actividad económica de _____

El centro de trabajo se ubica en _____

El nombre comercial del negocio es: _____ y tiene el número telefónico _____, fax _____, correo electrónico _____.

Señalo el siguiente medio o lugar para recibir notificaciones: _____

En caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del INS, detallar el número de póliza: _____

Solicitud de aplicación del esquema Base Ajustada Salarial para Microempresas en el Seguro de Salud:

Deseo incorporarme al esquema de Base Ajustada Salarial: Sí () No ()

a. Número de cuenta IBAN en colones del patrono(a): _____

Los trabajadores que laboran al servicio del patrono se detallan a continuación (indicar el nombre y apellidos de los trabajadores tal como aparecen en el documento de identificación. En el caso de extranjeros que posean carné de asegurado, anotar como identificación el número de seguro social):

NOTA: El trámite debe ser realizarlo por el Patrono o autorizar a otra persona mediante nota. El autorizado debe aportar original y copia del documento de identificación.

F-GF-USIN-034



Caja Costarricense de Seguro Social
Dirección XXXXXX
Detalle área, subárea y/o Sucursal

| Nombre Completo | Nº de identificación | Fecha de ingreso | Ocupación | Modalidad de pago (Hora, Día, Semana, Quincena, Mes) | Salario | Días laborados semana | Horario | Tiempo Descanso (Alimentación) |
|-----------------|----------------------|------------------|-----------|--|---------|-----------------------|---------|--------------------------------|
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

** Puede adjuntar otras hojas a esta solicitud cuando existan más trabajadores o bien si cumplen una jornada de trabajo variable con las especificaciones respectivas.



Caja Costarricense de Seguro Social
Dirección XXXXXX
Detalle área, subárea y/o Sucursal

Firma del patrono _____

Número de identificación _____

Tel. Habitación _____ Número Celular _____

Dirección casa de habitación del patrono: _____

Anexo 11. Cotización de Harbour International

QUOTATION



Harbour International, Incorporated
30 Shumway Avenue
Batavia, Illinois 60510 U.S.A.
Phone# 630 879 8800
fax# 630 879 8933
www.harbour-international.com

Dear Customer:

Josuar McCarthy

Valid until January 31th 2025

We are pleased to provide the following rates in response to your request

Description

| | |
|--------------|-------------------------------|
| Equipment: | LCL |
| Commodity: | FAK, Stackable, Non Hazardous |
| Origin: | Door Yangzhou, CN |
| Destination: | CFS San Jose, CR |

5 Boxes | 1235 kg | 2,7 CBM

| | | |
|--------------------------|-----------------|---------------------|
| Ocean Freight | \$336,00 | |
| Origin Charges + Pick Up | \$355,00 | |
| Destination Charges | \$125,00 | *Subject to IVA 13% |
| Total: | \$816,00 | |

Details

| | |
|---------------------|--------------------|
| Ocean Carrier: | Harbour |
| Transit Time: | 44-55 Days |
| Port of Loading: | Shanghai, CN |
| Transshipment Port: | Direct Service |
| Port of Discharge: | Puerto Caldera, CR |

Additional Conditions

| | |
|--------------------------|--------------|
| Handling | Included |
| Origin Charges + Pick Up | Included |
| Dest. Charges | Included |
| Insurance | Not included |

Anexo 12. Cotización de Blue Fox Sporting Goods Co., Ltd.



Blue Fox Sporting Goods Co., Ltd

Add: Xiaoji Industrial Park, 225245, Yangzhou, Jiangsu Province, China.

QUOTATION

Quote for: **Josuar McCarthy** Quote No.: **BF20241023-FG**

Contact info: josuarmccarthey25@gmail.com Quote Date: **2024-10-23**

| Serial No. | Item | Photo | Unit Price (\$) | QTY (pc/pr) | Amount(\$) | Remarks |
|------------|--|-------|-----------------|-------------|---------------|---|
| 1 | Fishing Rod - Spinning/Baitcasting | | 6.85 | 1,000 | 6850.0 | unit price based on rods length in 1.8 meters |
| 2 | Fishing Rod - Spinning/Baitcasting | | 6.15 | 1,000 | 6150.0 | unit price based on rods length in 1.8 meters |
| 3 | Fishing Reel - Spinning | | 3.55 | 1,000 | 3550.0 | speed ratio: 5:2:1 weight: 147.3g |
| 4 | Fishing Reel - Baitcasting | | 3.85 | 1,000 | 3850.0 | optional in left hand or right hand |

| | | | | | | |
|----------------------|------------------|--|-------|-------|----------------|-----------------------|
| 5 | Fishing Lure Kit | | 16.50 | 1,000 | 16500.0 | 56pcs in mixed models |
| SAY TOTAL US DOLLAR: | | | | | | |

Notes:

1. TERMS OF DELIVERY: EXW
2. TERMS OF PAYMENT: 50% TT IN ADVANCE, BALANCE AGAINST SHIPMENT.
3. QUOTATION EXPIRATION DATE: 2024/10/31

Anexo 13. Encuesta a clientes potenciales

1. ¿Cuál es su género? *

Hombre

Mujer

2. ¿Cuál es su edad? *

Menos de 18 años

De 18 a 30 años

De 31 a 40 años

De 41 a 50 años

Mas de 50 años

3. ¿En cuál provincia reside? *

1. Alajuela

2. San José

3. Heredia

4. Cartago

5. Puntarenas

6. Limón

7. Guanacaste

4. ¿En cuál cantón reside? *

Texto de respuesta breve

5. ¿Cuál es su ocupación? *

- Estudiante
- Trabajador (a) asalariado (a)
- Trabajador (a) independiente
- Trabajador (a) domestico (a)
- Persona pensionada

6. Práctica la pesca en: *

- Agua dulce
- Agua salada
- Ambas

7. ¿Qué tipo de pesca práctica? *

- Pesca recreativa
 - Pesca deportiva
 - Pesca para consumo o venta
 - Todas las anteriores
-

8. ¿Con que frecuencia práctica la pesca? *

- Una vez a la semana
- Una vez al Mes
- Una vez cada tres meses
- Una vez cada seis meses
- Una vez al año

9. ¿Cuáles de las siguientes marcas de caña de Spinning o Baitcasting conoce? *

Shimano

Daiwa

Penn

Otra... ×

Agregar una opción



Obligatoria ⋮

10. ¿Cuáles de las siguientes marcas de Carretes de Spinning o Baitcasting conoce? *

Rapala

Shimano

Eagle

Otra...

...

11. ¿Cuáles de las siguientes marcas de señuelos para la pesca conoce? *

- Yo – Zuri
- Bomber
- Cotton
- Otra...

12. ¿Con que frecuencia adquiere artículos de pesca? *

- 1 vez por semana
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 6 meses
- Mas de 6 meses

13. ¿Con qué frecuencia ha visto promocionar artículos de pesca por medio de publicidad ya sea virtual o física? *

- Nunca
- Rara vez
- Frecuentemente

14. Si ha visto promocionar artículos de pesca por medio de publicidad, cuál ha sido la modalidad de dicha promoción:

- Virtual
 - Fisica
-

15. ¿Cuál es el medio de comunicación preferido para recibir información publicitaria? *

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Correo electrónico
- Otra...

15. ¿Cuál es el medio de comunicación preferido para recibir información publicitaria? *

- Facebook
 - Instagram
 - Tik Tok
 - Correo electrónico
 - Otra...
-

16. ¿Ha tenido algún descuento por la compra de artículos de pesca?

- Descuento en envió
- Descuento en productos

17. A la hora de comprar artículos de pesca, cuál opción es la que prefiere: *

- Artículos de menor calidad y bajo costo
 - Artículos de mayor calidad y mayor costo
 - Le es indiferente
-

18. Al momento de adquirir productos de pesca prefiere cancelar en: *

- Efectivo / Contado
- Crédito
- Otra modalidad de pago

19. ¿Cuánto gasta aproximadamente por cada compra de artículos de pesca? *

- Entre 5 mi a 15 mil colones
 - Entre 16 a 40 mil colones
 - Entre 41 a 100 mil colones
 - Más de 100 mil colones
-

20. ¿Conoce alguna tienda física o virtual donde comprar productos de pesca usualmente? *

- Si
 - No
-

21. Si su respuesta anterior fue si, por favor indicar cual tienda virtual o física conoce, de lo contrario puede saltarse esta pregunta

Texto de respuesta largo

22. Por lo general, en qué tipo de tienda compra los productos de pesca: *

- Tienda en línea
- Tienda física
- Ambas

23. ¿Indique si ha utilizado alguna de las siguientes plataformas digitales para la compra de productos de pesca? *

- Amazon
- Alibaba
- No he comprado artículos de pesca por estas plataformas
- Otra...

24. Indique el rango en que se encuentra su ingreso promedio mensual: *

- Entre 100 mil a 200 mil colones
- Entre 200 a 400 mil colones
- Entre 500 a 700 mil colones
- De 800 mil colones en adelante