

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN  
BANCA Y FINANZAS**

*Tesis para optar por el grado académico de Licenciatura*

**Creación de "El taller de Nena" en el segundo  
semestre del año 2022 en la ciudad de  
San Antonio de Coronado, San José, Costa Rica**

**KAREN TATIANA BONILLA VARGAS**

**ABRIL, 2023**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

## Contenido

<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	<b>2</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>8</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES</b> .....	<b>8</b>
<b>CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>9</b>
<b>CARTA APROBACIÓN LECTOR</b> .....	<b>10</b>
<b>DECLARACION JURADA</b> .....	<b>11</b>
<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>14</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>15</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>17</b>
<b>CAPITULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>19</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>20</b>
1.1.1 ANTECEDENTES.....	21
1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	25
1.1.3 JUSTIFICACIÓN.....	25
<b>1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>26</b>
<b>1.3 OBJETIVOS</b> .....	<b>27</b>
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	27
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
<b>CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>29</b>
<b>2.1 MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>30</b>
2.1.1 EMPRENDIMIENTO.....	30
2.1.2 CONSUMO TEXTIL.....	33
<b>2.2 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>34</b>
2.2.1 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES).....	34
2.2.2 EMPRENDIMIENTO.....	35
2.2.3 MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO.....	36
2.2.4 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS.....	36

2.2.5 CAJA COSTARRICENSE DE SEGURO SOCIAL .....	37
2.2.6 MINISTERIO DE HACIENDA .....	38
2.2.7 MINISTERIO DE SALUD .....	39
2.2.8 MUNICIPALIDAD.....	39
2.2.9 ESTRATEGIA O PLAN ESTRATÉGICO .....	39
2.2.10 ESTUDIO FINANCIERO.....	41
2.2.11 ESTUDIO DE MERCADO.....	46
<b>2.3 MARCO CONTEXTUAL.....</b>	<b>49</b>
<b>CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>51</b>
<b>3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
3.1.1 CUALITATIVO .....	52
3.1.2 CUANTITATIVO .....	52
3.1.3 MIXTO .....	53
<b>3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>53</b>
3.2.1 EXPLORATORIO .....	53
3.2.2 DESCRIPTIVO .....	54
3.2.3. CORRELACIONAL .....	54
3.2.4 EXPLICATIVO O CAUSAL .....	54
<b>3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>55</b>
3.3.1 DISEÑO EXPERIMENTAL .....	55
3.3.2 DISEÑO NO EXPERIMENTAL.....	55
<b>3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO .....</b>	<b>56</b>
3.4.1 POBLACIÓN.....	56
3.4.2 TIPO DE MUESTRA.....	57
3.4.3 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN.....	59
3.4.4 CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	60
<b>3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>61</b>
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS .....	61
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS .....	62
<b>3.6 VARIABLES .....</b>	<b>62</b>
3.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE .....	65
3.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	65

<b>3.7 ANÁLISIS DE LOS DATOS .....</b>	<b>66</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>67</b>
<b>4.1 TRÁMITES LEGALES Y REQUISITOS NORMATIVOS .....</b>	<b>68</b>
4.1.1 MUNICIPALIDAD .....	68
4.1.2 MINISTERIO DE SALUD.....	69
4.1.3 CAJA COSTARRICENSE DEL SEGURO SOCIAL .....	70
4.1.4 MINISTERIO DE HACIENDA .....	71
4.1.5 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS.....	71
4.1.6 MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO .....	73
<b>4.2 ESTUDIO DE MERCADEO PARA EL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>75</b>
<b>4.3 RENTABILIDAD REAL DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>104</b>
4.3.1 INGRESOS.....	104
4.3.2 COSTOS FIJOS .....	108
4.3.3 COSTOS VARIABLES.....	108
4.3.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	110
4.3.5 DEPRECIACIONES.....	111
4.3.6 INVERSIÓN INICIAL .....	111
4.3.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	112
4.3.8 FLUJO DE EFECTIVO .....	118
4.3.9 VAN - TIR .....	120
4.3.10 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN PRI.....	121
4.3.11 INDICE DE RENTABILIDAD – IR.....	122
4.3.12 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	123
<b>CAPITULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>125</b>
<b>5.1 UBICACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>126</b>
<b>5.2 MERCADO META .....</b>	<b>126</b>
<b>5.3 COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES POTENCIALES.....</b>	<b>127</b>
<b>5.4 ACEPTACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>129</b>
<b>5.5 INTERPRETACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>129</b>
<b>5.6 INTERPRETACIÓN DE LOS REQUISITOS LEGALES.....</b>	<b>130</b>
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>131</b>
<b>6.1 OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>132</b>

<b>6.2 OBEJTIVOS ESPECIFICOS .....</b>	<b>133</b>
6.2.1 OBJETIVO ESPECIFICO 1 .....	133
6.2.2 OBJETIVO ESPECIFICO 2 .....	134
6.2.3 OBJETIVO ESPECIFICO 3 .....	135
6.2.4 OBJETIVO ESPECIFICO 4 .....	136
<b>CAPÍTULO VII: PROPUESTA DE NEGOCIO .....</b>	<b>138</b>
<b>7.1 RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>139</b>
<b>7.2 ESPECIFICACIONES DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>140</b>
7.2.1 MISIÓN.....	141
7.2.2 VISIÓN.....	141
7.2.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	142
7.2.4 F.O.D.A.....	143
7.2.5 VALORES.....	144
7.2.6 MERCADO .....	144
<b>7.4 CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PROPUESTOS.....</b>	<b>146</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>153</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>158</b>
<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>159</b>
<b>ANEXO 2 .....</b>	<b>160</b>
<b>ANEXO 3 .....</b>	<b>164</b>
<b>ANEXO 4 .....</b>	<b>167</b>
<b>ANEXO 5 .....</b>	<b>168</b>
<b>ANEXO 6 .....</b>	<b>170</b>
<b>ANEXO 7 .....</b>	<b>172</b>
<b>ANEXO 8 .....</b>	<b>174</b>

# ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 POBLACIÓN DE CANTONES Y DISTRITOS 2020-2021 .....	57
TABLA 2 DATOS DE LA MUESTRA.....	59
TABLA 3 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN .....	60
TABLA 4 VARIABLES QUE CARACTERIZA EL OBJETO DE ESTUDIO .....	62
TABLA 5 GÉNERO .....	76
TABLA 6 RANGO DE EDAD.....	77
TABLA 7 VECINO DE SAN ANTONIO DE CORONADO .....	78
TABLA 8 PREFERENCIA DE SITIO DE COMPRA.....	79
TABLA 9 ACCESO A INTERNET.....	80
TABLA 10 EXPERIENCIA EN LAS COMPRAS POR INTERNET .....	81
TABLA 11 APERTURA A REALIZAR COMPRAS POR INTERNET.....	83
TABLA 12 MÉTODOS DE ENTREGA.....	84
TABLA 13 RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN .....	85
TABLA 14 POSIBLE RECOMENDACIÓN.....	86
TABLA 15 PREFERENCIA EN ESTILO DE ROPA .....	87
TABLA 16 PREFERENCIA DE PRENDAS DE VESTIR.....	89
TABLA 17 PREFERENCIA EN LÍNEA INFANTIL.....	90
TABLA 18 FRECUENCIA DE COMPRA .....	91
TABLA 19 MÉTODOS DE PAGO.....	92
TABLA 20 CUALIDADES DE MAYOR IMPORTANCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA .....	93
TABLA 21 PRESUPUESTO DE CONSUMO MENSUAL .....	94
TABLA 22 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA PIJAMAS DE ADULTOS .....	95
TABLA 23 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA BUZOS DE ADULTOS .....	96
TABLA 24 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA SUDADERAS.....	97
TABLA 25 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA CAMISETAS .....	98
TABLA 26 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA VESTIDOS.....	99
TABLA 27 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA PIJAMAS INFANTILES .....	100
TABLA 28 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA BUZOS INFANTILES .....	101
TABLA 29 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA CONJUNTOS INFANTILES .....	102
TABLA 30 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA VESTIDOS INFANTILES.....	103
TABLA 31 PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES PRODUCIDAS .....	105
TABLA 32 PRECIOS POR PRODUCTO.....	106
TABLA 33 PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES MONETARIAS .....	107
TABLA 34 COSTOS FIJOS.....	108
TABLA 35 MANO DE OBRA POR PRODUCTO .....	109
TABLA 36 COSTOS VARIABLES DE MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA DIRECTA .....	110
TABLA 37 GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	110
TABLA 38 DEPRECIACIÓN EDIFICIO .....	111
TABLA 39 DEPRECIACIÓN MÁQUINAS DE COSER .....	111
TABLA 40 INVERSIÓN INICIAL.....	112
TABLA 41 NOMENCLATURA PUNTO DE EQUILIBRIO .....	112
TABLA 42 DISTRIBUCIÓN DE PRECIOS, COSTOS Y MÁRGENES DE CONTRIBUCIÓN... ..	114
TABLA 43 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS.....	114
TABLA 44 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES PRODUCTIVAS .....	115

TABLA 45 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO ANUAL .....	119
TABLA 46 RESUMEN DE FLUJOS DE EFECTIVO .....	120
TABLA 47 RESULTADOS VAN – TIR.....	121
TABLA 48 RESUMEN FLUJOS DE EFECTIVOS ACUMULADOS.....	122
TABLA 49 INDICADORES DE SENSIBILIDAD FINANCIERA .....	123
TABLA 50 ANÁLISIS F.O.D.A.....	143
TABLA 51 PRECIOS.....	145
TABLA 52 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	146
TABLA 53 PRESUPUESTO INVERSIÓN INICIAL .....	151
TABLA 54 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTO.....	152

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 GÉNERO .....	76
GRÁFICO 2 RANGO DE EDAD .....	77
GRÁFICO 3 VECINO DE SAN ANTONIO DE CORONADO .....	78
GRÁFICO 4 PREFERENCIA DE SITIO DE COMPRA .....	79
GRÁFICO 5 ACCESO A INTERNET .....	81
GRÁFICO 6 EXPERIENCIA EN LAS COMPRAS POR INTERNET .....	81
GRÁFICO 7 APERTURA A REALIZAR COMPRAS POR INTERNET .....	83
GRÁFICO 8 MÉTODOS DE ENTREGA.....	84
GRAFICO 9 RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN.....	85
GRÁFICO 10 POSIBLE RECOMENDACIÓN.....	86
GRÁFICO 11 PREFERENCIA EN ESTILO DE ROPA .....	87
GRÁFICO 12 PREFERENCIA DE PRENDAS DE VESTIR.....	89
GRÁFICO 13 PREFERENCIA EN LÍNEA INFANTIL.....	91
GRÁFICO 14 FRECUENCIA DE COMPRA .....	91
GRÁFICO 15 MÉTODOS DE PAGO.....	92
GRÁFICO 16 CUALIDADES DE MAYOR IMPORTANCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA ....	93
GRÁFICO 17 PRESUPUESTO DE CONSUMO MENSUAL.....	94
GRÁFICO 18 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA PIJAMAS DE ADULTOS .....	95
GRÁFICO 19 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA BUZOS DE ADULTOS .....	96
GRÁFICO 20 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA SUDADERAS .....	97
GRÁFICO 21 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA CAMISETAS .....	98
GRÁFICO 22 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA VESTIDOS.....	99
GRÁFICO 23 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA PIJAMAS INFANTILES .....	100
GRÁFICO 24 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA BUZOS INFANTILES .....	101
GRÁFICO 25 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA CONJUNTOS INFANTILES.....	102
GRÁFICO 26 DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR PARA VESTIDOS INFANTILES.....	103

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 TRIANGULO INVERTIDO SEGÚN ANDY FREIRE .....	30
ILUSTRACIÓN 2 MEZCLA DE MERCADO.....	48
ILUSTRACIÓN 3 MAPA DEL CANTÓN VÁZQUEZ DE CORONADO .....	49
ILUSTRACIÓN 4 MUESTREO NO PROBABILÍSTICO .....	58
ILUSTRACIÓN 5 LOGO DEL EMPRENDIMIENTO .....	141
ILUSTRACIÓN 6 CUENTA DE FACEBOOK.....	149
ILUSTRACIÓN 7 CUENTA DE INSTAGRAM.....	150

# CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

## CARTAS DEL TUTOR

San José, 10 de mayo 2023

Señores y señoras

Carrera Administración de Negocios

Universidad Hispanoamérica

Estimados señores y señoras

Les comunico que la postulante **KAREN TATIANA BONILLA VARGAS**, cédula de identidad número **116620494**, me ha presentado para sus efectos y aprobación el trabajo de investigación titulado **Creación de "El taller de Nena" en el segundo semestre del año 2022 en la ciudad de San Antonio de Coronado, San José, Costa Rica**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca

En mi calidad de tutor, he verificado que la postulante ha realizado todas las correcciones de mejora indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los variables relativas a la elaboración del problema, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por la postulante, se obtiene la siguiente calificación:

VARIABLE	CONCEPTO	NOTA	NOTA OBTENIDA
A	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
B	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	18%
C	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30%	30%
D	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
E	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEÓRICO	20%	20%
-----	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>98%</b>

En virtud de la calificación obtenida. Se avala traslado al proceso de lectura.

Cordialmente,

Lic. Jeremy Eduarte Alemán

JEREMY EDUARTE  
ALEMAN (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
JEREMY EDUARTE ALEMAN  
(FIRMA)  
Fecha: 2023.05.10 12:12:14  
-05'00'

Cédula identidad 0108600567 Carné Colegio Profesionales CPCE n° 11905

# CARTA APROBACIÓN LECTOR

## CARTA DE LECTOR

**San José, 16 de junio del 2023**

**Universidad Hispanoamericana  
Sede Heredia  
Carrera de Administración**

**Estimado señor**

El estudiante KAREN TATIANA BONILLA VARGAS, cédula de identidad 1-11662-0494 , me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado Creación de "El taller de Nena" en el segundo semestre del año 2022 en la ciudad de San Antonio de Coronado, San José, Costa Rica", el cual ha elaborado para obtener su grado de licenciatura.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.

**Alexander  
Cordero  
Céspedes**  
Firmado digitalmente  
por Alexander  
Cordero Céspedes  
Fecha: 2023.06.16  
14:30:18 -06'00'  
**MBA. Alexander Cordero Céspedes, lic.  
Cédula 1-732-096  
Carné 5813**



# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)  
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA  
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA  
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 12 de mayo 2023

Señores:  
Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) KAREN TATIANA BONILLA VARGAS con número de identificación 116620494 autor (a) del trabajo de graduación titulado Creación de "El taller de Nena" en el segundo semestre del año 2022 en la ciudad de Coronado, San José, Costa Rica, presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar por el título de Licenciatura en administración de Empresas con énfasis en Banca y finanzas ; Si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

KAREN TATIANA  
BONILLA  
VARGAS (FIRMA)

Digitally signed by  
KAREN TATIANA  
BONILLA VARGAS  
(FIRMA)  
Date: 2023.05.11  
10:51:40 -06'00'

116620494

Firma y Documento de Identidad

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)  
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y  
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

**Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional**

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.

# DEDICATORIA

A mis padres, que con amor y dedicación me han dado todas las herramientas que necesitaba para culminar cada uno de mis sueños desde que era una niña, por su amor y su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, por siempre creer y confiar en mí y en mis capacidades más de lo que incluso yo misma confío. A ellos, esperando que se sientan verdaderamente orgullosos de este logro, les dedico cada noche de desvelo, cada momento de frustración, cada minuto de inspiración e hiper-concentración, cada sollozo y cada sonrisa que he dejado impregnada en este gran proyecto de graduación. Esto es por y para ellos porque sin su amor, sin su chineo, sin su calor, no sería el ser humano que hoy por hoy soy.

A cada una de las personas que de una forma u otra me aportaron un granito de arena en esta etapa, a mis amigas, mis hermanas, a mi pareja y a cada persona que se me cruzó en el camino y sacó un minuto de su tiempo para darme un consejo, para escuchar mis momentos de desahogo y estuvo pendiente de mi avance en este proyecto hasta que lo concluí.

A mi mamá, Elena, y mi abuelita, Deysi, por ser mi mayor fuente de inspiración y la razón de ser de este proyecto desde su inicio hasta su fin. Gracias por llenarme de luz, motivación e inspiración en este camino y dejarme este gran legado.

# RESUMEN

En la presente investigación se procedió con el estudio y recolección de información de mercado, financiera y factibilidad para proceder con la formalización y desarrollo paulatino del emprendimiento "El taller de Nena", dedicado a la manufactura de prendas de ropa y ubicado en el distrito de San Antonio de Coronado.

Para el desarrollo de este estudio, el origen de las fuentes de información se tomó de distintas instituciones reconocidas y dedicadas a la enseñanza o recolección e información para el conocimiento general de la población. También se procedió con la aplicación de encuestas previamente formuladas; para identificar y analizar a fondo diferentes variables de valor imprescindible en la investigación, como el mercado meta, la preferencia del consumidor de la zona, el nivel de poder adquisitivo, el perfil del cliente, medios preferidos para recibir publicidad, entre otras variables que son determinantes para la puesta en marcha del emprendimiento.

El primer capítulo, describe la forma en que se percibe el emprendedurismo en Costa Rica y otros países, y como se ha visto afectado el surgimiento de pequeñas y medianas empresas o empresarios por las consecuencias de la pandemia de COVID-19. También se detallan los objetivos que se desean alcanzar por medio de esta investigación con la formalización del emprendimiento en cuestión.

En su lugar el segundo capítulo se referirá, a los diferentes términos y definiciones relacionados a la investigación, siendo respaldado con opiniones y criterios de diversos expertos en el área por medio de otras investigaciones.

En el tercer capítulo se detalla el enfoque del presente estudio, el cual se procedió a desarrollar con carácter mixto, tomando en cuenta las variables que lo conforman cuantitativa y cualitativamente, para buscar una complementariedad entre ambos rasgos, en conjunto de otros importantes aspectos metodológicos.

Referente al capítulo cuatro, se muestra la encuesta realizada en donde a través de las preguntas detalladas se obtiene importante información relacionada a las variables a considerar en esta investigación; como aspectos demográficos, preferencias de pago, formas de entrega, gustos y preferencias, hábitos de compra, entre otras; así como los resultados de los instrumentos financieros que establecen la factibilidad del proyecto.

En el apartado quinto, se interpretará y analizará los datos recopilados, de manera que, a partir de estos, se puedan obtener las conclusiones sobre el proyecto de investigación de acuerdo con los objetivos planteados al inicio.

En el capítulo seis se plasmarán las conclusiones y recomendaciones acerca de la investigación sobre la factibilidad del formalizar el emprendimiento "El Taller de Nena" para la manufactura de textiles.

La última sección, detallará la propuesta para la implementación y puesta en marcha del proyecto de conformidad con los resultados obtenidos.

***Palabras Clave:*** *Emprendedurismo, Empresa, Textil, Finanzas.*

# ABSTRACT

In the present investigation, we proceeded with the study and collection of market, financial and feasibility information to proceed with the formalization and gradual development of the enterprise "El taller de Nena", dedicated to the manufacture of clothing and located in the canton of Crowned.

For the development of this study, the origin of the information sources was taken from different recognized institutions dedicated to teaching or collecting information for the general knowledge of the population. We also proceeded with the application of previously formulated surveys; to identify and thoroughly analyze different variables of essential value in the investigation, such as the target market, the preference of the consumer in the area, the level of purchasing power, the customer profile, preferred means of receiving advertising, among other variables that are determinants for the start-up of the enterprise.

The first chapter describes the way in which entrepreneurship is perceived in Costa Rica and other countries, and how the emergence of small and medium-sized companies or entrepreneurs has been affected by the consequences of the COVID-19 pandemic. The objectives to be achieved through this research with the formalization of the venture in question are also detailed.

Instead, the second chapter will refer to the different terms and definitions related to research, being supported with opinions and criteria from various experts in the area through other research.

The third chapter details the focus of this study, which proceeded to be developed with a mixed character, taking into account the variables that make it up quantitatively and qualitatively, to seek complementarity between both features, together with other important methodological aspects.

Regarding chapter four, the survey carried out is shown where, through the detailed questions, important information related to the variables to be considered in this investigation is obtained; such as demographic aspects, payment preferences, delivery methods, tastes and preferences, purchasing habits, among others; as well as the results of the financial instruments that establish the feasibility of the project.

In the fifth section, the collected data will be interpreted and analyzed, so that, based on these, conclusions about the research project can be obtained according to the objectives set at the beginning.

In chapter six the conclusions and recommendations about the investigation on the feasibility of formalizing the venture "El Taller de Nena" for the manufacture of textiles will be reflected.

The last section will detail the proposal for the implementation and start-up of the project in accordance with the results obtained.

***Keywords: Entrepreneurship, Company, Textile, Finance.***

# **CAPITULO I: INTRODUCCIÓN**

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es bien sabido que la economía costarricense fue fuertemente impactada por la pandemia de COVID-19 y aun en el segundo semestre del 2022 se mantiene arrastrando varias consecuencias de los efectos que esta pandemia acarreo consigo debido al paro de las actividades comerciales en todo el mundo. Según Cerdas, 2022. en agosto del año en cuestión se alcanzó el punto más alto de inflación en Costa Rica desde el 2009, llegando a alcanzar un 12,13%; sin embargo, dicha tasa comenzó a descender durante los meses de setiembre, octubre y noviembre, alcanzando este último un dichoso 8.26%.

La recesión económica general causada por la pandemia de COVID-19 en nuestro país dejó muy en claro para la mayoría de las familias costarricenses la necesidad de contar una mejor salud financiera y más fuentes de ingresos en sus hogares, por lo que en la presente investigación se pretende concretar la formalización de un emprendimiento de manufactura de ropa como un segundo ingreso para una familia costarricense que también identifico esta necesidad, considerando la disminución de la inflación en los últimos meses se prevé que entrando la temporada navideña el movimiento comercial de la época sea beneficioso para formalizar el emprendimiento.

Con base a lo anterior, esta investigación busca solventar el problema mediante la posibilidad de emprender un Taller de costura formal, con el fin de generar ingresos adicionales en el núcleo familiar, empleo y así mitigar la situación económica del país derivada de los últimos acontecimientos mundiales.

### **1.1.1 ANTECEDENTES**

Los antecedentes son documentos científicos y empíricos, en donde se muestra qué se ha estudiado anteriormente en torno al fenómeno de investigación, según Aguiar, 2021.

#### **1.1.1.1 NACIONALES**

En la investigación de Ramírez, 2021. "El reto de las personas ante la acción de emprender y las limitaciones provocadas por el impacto económico causado por el COVID-19, en el primer cuatrimestre del 2021, Costa Rica", se comenta que el emprendimiento es una forma de generar ingresos que ha tomado gran relevancia en Costa Rica por la necesidad de muchos ciudadanos de lograr su estabilidad económica, debido a los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes por lo que muchas personas están pasando de ser empleadas a empleadoras en sus propios negocios. También se menciona la figura del autoempleo como una actividad cada vez más frecuente en el país, en la que la persona crea su propio puesto de trabajo y al mismo tiempo es su propio jefe, precisamente a través de un negocio propio.

Con base en el proyecto de Gutiérrez et al., 2021. "Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica" se entiende que en las zonas rurales el turismo le permite a las mujeres que habitan estos lugares, emprender con diferentes actividades propias de este sector económico y que de esta forma existe un importante aporte de producción y productividad femenina en la economía local de la zona, dando así más empoderamiento a las mujeres como propietarias de sus propias empresas y aportando al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible de los gobiernos locales.

De la investigación "El Emprendedurismo en Costa Rica" se infiere que los principales obstáculos de la actividad emprendedora son el apoyo financiero principalmente, debido al poco acceso existente a la un préstamo bancario y los innumerables requisitos que solicitan las entidades. También la cultura conservadora costarricense que es un poco reacia a probar productos y/o servicios no reconocidos. Y el contexto político, social e institucional es otro obstáculo de mucho peso para el Emprendedurismo, con comentarios muy citados en este estudio referentes a los tramites muy burocráticos en las instituciones del estado, el exceso de trámites y requisitos y la lentitud de la respuesta de estos organismos. Pero también se hace referencia a las fuentes de apoyo para emprender un negocio en Costa Rica, en donde se destaca la educación y el entrenamiento de instituciones como el INA (Instituto Nacional de Aprendizaje), los programas del gobierno para el fortalecimiento de las pequeñas y medianas como la Política Publica de Fomento a las Pymes y al Emprendedurismo, la Ley de la Banca para el Desarrollo, y por último la posición geográfica de Costa Rica que resulta ser muy favorable en diferentes tipos de emprendimientos, principalmente del turismo. (Petry y Lebendiker, 2011).

De acuerdo con el estudio de Brenes et al, 2021. " El emprendimiento empresarial cantonal en Costa Rica antes y durante la pandemia COVID-19: Análisis comparativo de las patentes municipales " se determina que la pandemia COVID-19 ha tenido consecuencias en el emprendimiento y la actividad económica que se desarrolla en los cantones del país según lo reflejado en el número de patronos inscritos en la seguridad social así como en patentes municipales donde se evidencia una baja en la cantidad de patentes activas entre el 2019 y 2020, aunque en un 22% de los cantones existe un incremento. Más allá de la comparación geográfica, existe un efecto directo e innegable en relación al tipo de actividades desarrollada por cada pequeña empresa afectada, que concurda a las medidas sanitarias y la exposición al contagio de dicho bien o servicio, de forma que las actividades con mayor exposición física de empleados

y clientela, y de no consumo básico (entretenimiento, turismo, recreativas) tienes mayor afectación que otras de necesidades de primera línea, como alimentación y transporte.

#### **1.1.1.2 INTERNACIONALES**

Con base al proyecto de Ditale, Challer, Sosa, 2019. “Nuevos canales de venta en emprendimientos del rubro textil indumentaria”, se resume que en la generación de negocio de los nuevos emprendimientos una clave para el éxito en las ventas es la promoción a través de redes sociales, que requieren un mínimo de inversión inicial y alcanzan un gran sector de clientes potenciales. A su vez se evidencia la dificultad de los emprendimientos en indumentaria textil para generar confianza por parte de clientes nuevos para la empresa debido a que no son una marca tradicional o conocida por la población en general.

Por su parte, el proyecto de investigación “Proyecto de emprendimiento R510 ropa en jean para dama y caballero”; menciona que la publicidad es un área principal en el mercado de venta de prendas de vestir por ello el porcentaje de presupuesto a asignar al E-marketing debe ser estudiado minuciosamente con el fin de dar a conocer el producto en nuevos nichos del mercado especializados en la venta al por mayor y al detalle localizados en otras ciudades de Colombia. (Torres, 2017).

De acordo com o projeto “Mensuração do grau de inovação de micro e pequenas empresas: estudo em empresas da cadeia têxtil-confecção em Sergipe” é afirmado que As pequenas empresas são de fundamental importância para o desenvolvimento econômico e social no Brasil, especialmente para a criação de empregos em Sergipe onde eles trabalham o de colchão social, gerando muito trabalho formal e informal mas apesar da importância que representam na economia nacional, a taxa de mortalidade das empresas é muito alta e rápida. (Da Silva y Meira, 2017). Do exposto, pode-se inferir que outros países latino-americanos

repetem o mesmo cenário onde as pequenas e médias empresas se tornaram uma parte muito importante da economia nacional de cada país e ainda assim, em muitos casos, não são a prioridade de seus respectivos governos, por isso, em muitos casos, os empreendedores não possuem as ferramentas necessárias para ter bons negócios.

Como se menciona el proyecto de investigación Hernández, C. 2017. En el “Taylorismo: Modelo gerencial de las pequeñas empresas de confección de ropa” cuando la demanda de sobrepasa la capacidad productiva de una pequeña empresa de ropa se tiende a la flexibilización de los horarios del trabajador, aumentando la cantidad e intensidad del trabajo exigiéndole un mayor rendimiento y aumentando su jornada laboral sin ser recompensado justamente por ello, todo lo anterior debido a la falta de organización, planificación y tecnología adecuada. Sin necesidad de mayor explicación se puede inferir que este es un escenario común de los microempresarios en sus diferentes ramas.

Para iniciar un emprendimiento se debe contar inicialmente con una idea de negocio de lo que se desea concretar, pero también debe contar con otras herramientas importantes para la formalización de su idea, Solórzano et al, 2017. Afirman;

*“La idea empresarial se da con el conocimiento profesional y empírico, también con las capacidades físicas, intelectuales, innovadoras, creativas y por supuesto financieras, tomando en cuenta el entorno donde nos encontramos y las necesidades físicas y psicológicas que tiene la sociedad, ya que es ahí donde se presentan los problemas y oportunidades.”*

De lo anterior se infiere que adicional a la idea del negocio con la que se cuenta, en este caso el taller de costura para confección de ropa debe contemplarse la capacidad financiera del

proyecto y la realizada del entorno o del mercado en el que se desarrollara el emprendimiento para asegurar el éxito de este.

In the research "What kind of capital do you need to start a business: financial or human?" it is made known that the factor of fulfillment and human satisfaction in the probability to venture with the start-up of a new business the probability of formalizing the venture increases, but not the probability of succeeding in it. And people with more education and work experience tend to leave the self-employment attempt faster. However, the financial factor as the main motivator seems It is safer to start a business and keep it running, even though the formalization of the business does not ensure the highest income, but it is a factor of great weight and much analysis before starting. (Montgomery et al., 2015).

### **1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

La delimitación del problema incluye aspectos como la delimitación temporal que especifica el periodo que comprende la investigación y la delimitación geográfica que especifica el lugar y ubicación donde se realizará el estudio. A continuación, se describe cada aspecto según el proceso de la investigación (Aguilar, 2021).

La delimitación del problema se considera temporal y geográfico ya que se aplicará en distrito de San Antonio de Vázquez de Coronado, en el segundo semestre del 2022 y primer semestre del 2023.

### **1.1.3 JUSTIFICACIÓN**

La justificación consiste en una explicación acerca de las razones por las que se hace la investigación, se refiere a la trascendencia. (Aguilar, 2021).

Con el inicio de la pandemia de COVID-19 en el 2019 y la detección de los primeros casos de este virus en Costa Rica se experimentó una recesión económica no vivida nunca en la historia del país, que a su vez se vivía simultáneamente en todos los continentes del planeta.

La necesidad de aislamiento para detener el contagio de la enfermedad, bloqueo el normal funcionamiento de muchas actividades económicas que requerían de mayor exposición al riesgo de contagio, y que mantenían un fuerte peso en la economía costarricense. El aumento de casos y aumento de restricciones sanitarias cada vez bloqueaba más actividades económicas, limitando a las personas y empresas a generar los ingresos con los que mantenían en marcha sus negocios y proveían sustento a sus hogares, aumentando a su vez los niveles de desempleo y desocupación de un 12,1 % a inicios del 2020 a un 24% a finales del mismo año.

Esta situación conllevó a las personas a reinventarse para obtener ingresos y poder subsistir, definitivamente el emprendimiento, la creatividad y el ingenio de la población fueron herramientas indispensables en este proceso.

A causa de lo antes descrito surge el proyecto actual para el estudio y la constitución del emprendimiento de manufactura de ropa en la ciudad San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022, con el fin de generar una opción de ingresos adicionales para sus propietarios con la venta de sus productos al detalle.

## **1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

La pregunta de investigación surge de una situación que requiere ser resuelta porque es disfuncional, molesta, desconocida, compleja o provoca dificultad, carencia o perjuicio, o bien, de una acción que se está llevando a cabo de manera ineficiente, imprecisa o incompleta, pues esto provoca la intención de buscar opciones de solución, o de mejoramiento. (Aguiar, 2021).

Según lo anterior se determina para efectos de esta investigación la siguiente pregunta:  
¿Cómo emprender un Taller de negocio de manufactura de ropa ubicado en San Antonio de Coronado financieramente factible, San José; en el segundo semestre del 2022?

### **1.3 OBJETIVOS**

Los objetivos de la investigación se refieren a lo que se desea conocer, explorar, determinar y demostrar. (García, 2016).

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

El objetivo general conforma e la finalidad de la investigación. Forzosamente lleva a la conclusión principal de la investigación; debe ser alcanzable en el tiempo establecido y llevar a resultados concretos (Aguar, 2021).

Según lo anterior el objetivo general definido para esta investigación consiste en analizar la posibilidad de llevar a cabo la formalización del emprendimiento "El taller de Nena" para la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Los objetivos específicos constituyen los pasos o actividades que se llevan a cabo en la investigación, (Aguar, 2021). A continuación, se determinan los siguientes:

a) Identificar los trámites y requisitos necesarios a fin de crear un emprendimiento dedicado a la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.

b) Realizar un estudio de mercadeo del emprendimiento "El taller de Nena" con el cual se puedan determinar aspectos importantes de los mercados en los cuales va a incursionar la empresa en la zona geografía específica.

c) Estimar la rentabilidad del proyecto de la creación de emprendimiento "El taller de Nena" para sus dueños, y la ganancia real que se podría percibir con este negocio.

d) Confeccionar un cronograma de implementación y presupuestos necesarios para la implementación de un emprendimiento dedicado a la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.

## **CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL**

En este capítulo se hace una síntesis del marco teórico, conceptual y contextual. Los tres constituyen el marco de referencia para la tesis o tesina. Para su creación, se recomienda elaborar un mapa conceptual de los temas que se tratarán en su estudio, poniendo énfasis en las teorías que conoce, los autores, los conceptos y los datos del contexto que ha logrado recopilar. Este mapa puede ser presentado al tutor de la tesis o tesina para su aprobación. (Aguiar, 2021).

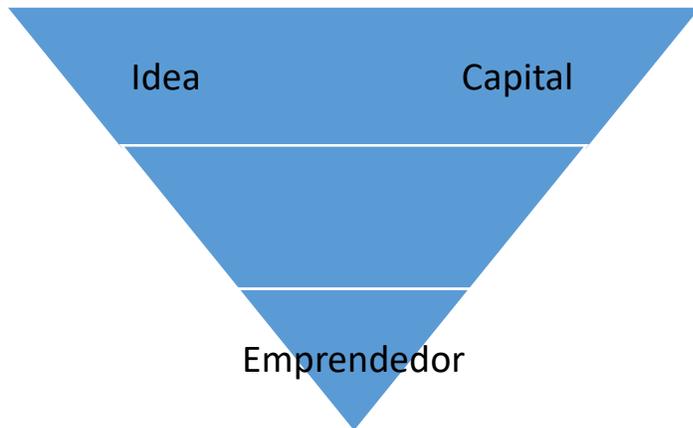
## **2.1 MARCO TEÓRICO**

Este primer apartado busca la recopilación de las teorías y los principales autores que han estudiado el tema en desarrollo en esta investigación. De acuerdo con lo que indica Aguiar, 2021: “el marco teórico es el recuento de las teorías y los autores principales que han trabajado el fenómeno de estudio”. Se pretende que con la recopilación de esta información alcance el estudio del problema planteado y sus posibles soluciones con el fin de brindar un aporte valioso con el desarrollo de la investigación.

### **2.1.1 EMPRENDIMIENTO**

A lo largo del tiempo han surgido varias teorías intentando estudiar y comprender el fenómeno o la necesidad del ser humano por emprender y como avanza en este proceso.

*Ilustración 1 Triangulo Invertido Según Andy Freire*



*Fuente: Elaboración Propia, 2023*

Según Terán, E y Guerrero A, 2020. En la teoría de Andy Freire el punto de apoyo en esta teoría es el emprendedor, pero necesita de dos componentes complementarios:

- La idea de negocio.
- El capital.

Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o una mala combinación entre ellas.

Terán, E y Guerrero A, 2020. También señalan que la teoría de Schumpeter señaló la iniciativa emprendedora como un motor de los sistemas basados en el mercado y menciona que la innovación conlleva la resolución de problemas haciendo énfasis en el emprendedor como un solucionador de problemas. Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones y creía que la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una nueva forma de inversión y negocio. Para Schumpeter, el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades.

Según menciona Rodríguez, D, 2016. Que la escuela austriaca define el emprendimiento como la búsqueda de oportunidades y una fuerza que equilibra el mercado. Los austriacos que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado de forma que la persona emprendedora gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio que le permiten percibir las oportunidades antes que los demás. La escuela austríaca se basa en la creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente.

Terán, E y Guerrero A, 2020 indican que la teoría de la escuela de Harvard considera el emprendimiento como el resultado de la la relación de fuerzas internas y externas, Siendo las fuerzas internas aquellas que se refieren a las cualidades internas del individuo tales como la inteligencia, la habilidad, la experiencia del conocimiento, la intuición, la exposición, etc. En tanto que las fuerzas externas, se refieren a los factores económicos, políticos, sociales, culturales y legales que influyen en el origen y el crecimiento del emprendimiento en la economía.

También Mejía, L. et al, 2021. Señalan que se puede apreciar que uno de los principales protagonistas de los emprendimientos es dificultad y la incertidumbre en cuanto al éxito que se pueda tener en el proyecto. Mencionan que para emprender es necesario tener en cuenta diversas variables y hacer estudios de mercado y un análisis de la posible competencia, hasta de proveedores, publicidad y sobre todo un estudio de presupuesto y de rentabilidad. Es decir que las ansias de emprender no son suficientes, también se requiere de una preparación especializada que permita un buen desarrollo del proyecto.

Hay dos factores que se deben tener claros desde el principio según Mejía, L. et al, 2021. La primera es la inversión en el capital fijo haciendo referencia a lo que va a estar constante en el emprendimiento y la segunda el capital variable que depende de la producción y se encuentra en la inversión en materias primas, etc.

## **2.1.2 CONSUMO TEXTIL**

Según Moulian y Marín, 2015:

*“Consumir es una operación cotidiana e imprescindible que está ligada a la reproducción material pero también espiritual (cognitiva, emocional y sensorial) de los individuos. Es un acto ordinario ligado al desarrollo vital y es el objetivo de ese intercambio incesante de los hombres con la naturaleza que llamamos trabajo.”*

Como menciona Brenes et al., 2021. por otro lado la pandemia COVID-19 ha tenido consecuencias en la actividad económica que se desarrolla en los cantones del país, donde sin embargo se evidencia un aumento del 22% en los emprendimientos locales en Costa Rica debido a las restricciones sanitarias que imposibilitarían el traslado hasta los comercios o la ejecución de las compras cara a cara a nivel país, y a nivel global la caída del comercio de productos que no resultaban de primera necesidad provoco un enfoque distinto en los emprendimientos que surgieron en el transcurso de esta época e inicio un proceso de autoabastecimiento de los recursos de forma más local a lo que se acostumbraba antes de la pandemia. Es decir que los costarricenses comenzaron a apoyar y comprar preferiblemente a pequeñas y medias empresas locales antes de dirigirse hacia los grandes distribuidores.

Según Quirós A et al., 2022.

*“En el año 2020 muchas empresas dedicadas a la confección de ropa y demás textiles se vieron en la obligación de cerrar sus empresas y detener la producción, ya que, había medidas de confinamiento. Esto trajo con ello una serie de despidos y aumento de*

*desempleo.....el 38% de los empleados de las fábricas textiles perdieron su trabajo.....recuperar las cifras del 2019, según los escenarios, será posible hasta finales del 2022 o 2023. La industria textil experimentará cambios como tener una producción más cercana, más flexible, colecciones más cortas, básicas, duraderas y sostenibles.”*

Según Rodríguez, A. (2022). La evolución de la moda en Costa Rica ha provocado una búsqueda por crear una especie de identidad nacional con algunos tonos de influencia extranjera, siendo en la actualidad que los conocimientos de costura y confección de prendas se heredaban entre generaciones en la mayoría de los hogares costarricenses, con el tiempo se convirtieron en carreras profesionales, con centros de educación especializados en diseño y producción de moda e indumentaria en general.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

Dentro del marco conceptual, se incluyen los conceptos que se consideran más importantes en el desarrollo de esta tesis, con el fin de contextualizar y que se dé un mayor entendimiento de esta. Según con lo que indica Aguiar, 2021.

El marco conceptual inicia con los conceptos más generales, tales como qué se entiende como pequeña y mediana empresa, PYME, pasando por todos los relacionados con la Administración de los Negocios hasta concluir con los conceptos más específicos como el tipo de investigación a realizar durante la tesis.

### **2.2.1 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)**

Se entiende por pequeñas y medianas empresas (PYMES) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. (PYMES Costa Rica, 2020)

En Costa Rica la entidad que regula las Pequeñas y Medianas empresas es el MEIC (Ministerio de Economía, Industria y Comercio) bajo la Ley N° 8262 “Ley de fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa”, y tiene como responsabilidad la coordinación para fortalecer el crecimiento, promover el desarrollo empresarial en todas sus fases y contribuir al emprendimiento y aumento de producción de empleo y crecimiento a nivel país, considerando también la inserción no solo en mercado nacional sino también internacional y coordinar todo lo referente a este sector de mercado.

Las Pymes en Costa Rica para poder operar y registrarse con el MEIC como Pymes certificadas, deben cumplir con ciertas normativas para el buen funcionamiento de la empresa, esto de acuerdo con los lineamientos y reformas establecidas por este ministerio.

### **2.2.2 EMPRENDIMIENTO**

Según Terán, E y Guerrero A, 2020 indican que para Casson, 1982. Un emprendimiento es un proyecto ejecutado por una persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas.

Como menciona Recalque, 2016. Todo emprendimiento nace de una idea que despierta el interés suficiente en las personas como para iniciar un arduo e incierto viaje con el objetivo de

hacer realidad dicha idea. Gracias a los avances en la tecnología y la digitalización del comercio no es indispensable contar con un alto capital para emprender un negocio; pero si es indispensable mantener la voluntad, la perseverancia y la determinación a lo largo del proyecto.

### ***2.2.3 MISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO***

Según el sitio web oficial del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), este fue creado en junio de 1977, por medio de Ley 6054 dándole como principales funciones la participación activa y rectoría de la política económica del Gobierno y en la planificación, en materia de fomento a la iniciativa privada, desarrollo empresarial y cultura empresarial para los sectores de industria, comercio y servicios, y pequeñas y medianas empresas.

Como parte de sus funciones el MEIC dicta “El Reglamento de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas” con base en la ley N° 8262, mediante el cual establece una serie de parámetros para que una empresa o emprendimiento pueda considerar pyme, y todos los lineamientos pertinentes con los que estas deben contar. Pero no únicamente regula, sino que también brinda las herramientas necesarias para el desarrollo y crecimiento de estas. Bajo esta concepción, el ministerio pone a disposición de la sociedad el “Manual para las personas emprendedoras en Costa Rica” en el cual se brinda todo el asesoramiento legal tributario y financiero para que un emprendedor pueda iniciar su negocio, este documento se encuentra disponible en la página web oficial del MEIC en la sección de PYMES.

### ***2.2.4 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS***

El Instituto Nacional de Seguros (INS) se fundó mediante Ley número 12, en octubre de 1924, según la historia de la institución publicada en su sitio web oficial. El INS tiene como principal función satisfacer las necesidades de seguros y protección de la sociedad en general. También se relata que en sus inicios se llamó Banco Nacional de Seguros, pero en 1948 bajo decreto su nombre cambio al que mantiene en la actualidad y mantuvo durante todo ese tiempo el monopolio de los seguros hasta el 2008, que Costa Rica abrió el mercado a la competencia.

El INS, en su constante búsqueda de nuevas soluciones para sus clientes y afiliados según sus necesidades, se encuentra en constante innovación con sus productos y servicios para brindar un beneficio diferencia real a sus consumidores. Esto incluye claramente el aseguramiento de las pymes y/o emprendedores, por lo que como tal la institución pone a disposición de sus clientes productos como el “Seguro autoexpedible S.O.S. Pymes” según lo ofrecido en su sitio web. El más importante y que resulta obligatorio para cualquier negocio es el seguro que ofrece el INS a los patronos para proteger a sus trabajadores ante los riesgos de trabajo que puedan sufrir a consecuencia de la labor realizada. De este escenario se infiera que también el INS es una institución que trabaja en pro del crecimiento y bienestar de los emprendedores y las pymes, procurando ofrecer productos y servicios también que se adapten a las necesidades de este sector en específico.

### ***2.2.5 CAJA COSTARRICENSE DE SEGURO SOCIAL***

La Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) es la institución más significativa de Costa Rica, según la información en su sitio web oficial fue creada en 1941, mediante la Ley # 17 y es uno de los mejores sistemas sanitarios y de seguridad social del mundo. Sus principales funciones es proporcionar la integralidad de los servicios de salud a la sociedad en general, a su

vez otorgar la protección económica, social y de pensiones, según la legislación vigente en Costa Rica.

### **2.2.6 MINISTERIO DE HACIENDA**

Según su sitio web oficial el Ministerio de Hacienda fue creado con el nombre de Tesorería General de Hacienda del Estado en 1825 y en octubre de ese mismo año, cambió su nombre a Dirección General de Hacienda, pero en 1966 pasa a llamarse Ministerio de Hacienda. Este es el encargado de asegurar a la sociedad costarricense los recursos financieros, para satisfacer las necesidades sociales y promover su adecuada asignación de forma que contribuye a la gobernabilidad ejerciendo la rectoría de la política fiscal del país garantizando la recolección y buen uso de los recursos públicos.

Claramente, todo emprendimiento o nueva pyme, debe inscribirse al régimen fiscal pertinente e iniciar sus declaraciones de impuestos para estar en regla con el Ministerio de Hacienda y evitar posibles sanciones al respecto. Los impuestos que se deben considerar conforme las legislaciones vigentes se detallan:

- Impuesto de Renta
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Impuesto único sobre las rentas percibidas sobre el trabajo
- Impuesto al salario
- Impuesto a las sociedades

### **2.2.7 MINISTERIO DE SALUD**

Según su sitio web oficial, con Base a la "Ley Orgánica del Ministerio de Salud" N. 5412 se define al Ministerio de Salud como la institución que dirige y conduce a los involucrados en la sociedad para el desarrollo de acciones que protejan y mejoren el estado de salud físico, mental de la misma, propiciando un ambiente humano sano y equilibrado. Definiendo y ejecutando las acciones requeridas para posicionar con una alta importancia la salud en la población.

### **2.2.8 MUNICIPALIDAD**

Según el sitio web Oficial de la Municipalidad de Cartago, las municipalidades son el gobierno local de cada cantón, y se distinguen en nuestro medio por ser entidades públicas descentralizadas del gobierno nacional. La municipalidad como tal es el ente encargado de gobernar y administrar los intereses y servicios básicos cantonales.

El cantón de Vázquez de Coronado fue creado por decreto en 1910 y dos meses después se integró el primer Concejo Municipal, es decir el primer Gobierno Local, y con ello nació la Municipalidad Vázquez de Coronado como institución encargada del desarrollo del Cantón.

### **2.2.9 ESTRATEGIA O PLAN ESTRATÉGICO**

Según Ore et al, 2020. La planificación estratégica es una herramienta de gestión en las empresas de suma utilidad ya que apoya la adecuada toma de decisiones y funciona como una guía organizada con estrategias para afrontar futuros escenarios considerando cuatro diferentes

dimensiones de análisis: Planeación, organización, dirección y Control. Además, menciona que el planteamiento estratégico tiene relación directa con la rentabilidad, que conlleva el comportamiento entre los beneficios netos de un proyecto y la inversión generada para el mismo.

La conformación de un emprendimiento desde el diseño, sus objetivos y métodos deben de tener una estructura que tenga su fundamento en un plan estratégico de forma que se mantenga enfocado al futuro y al presente simultáneamente, es decir, no únicamente se mantiene el negocio en marcha buscando maximizar su rentabilidad, sino que se trabaja con proyección de crecimiento a futuro.

Cualquier empresa u emprendimiento, más allá de su tamaño o cantidad de empleados, necesita claridad de plan estratégico, para mantener alineados todos sus esfuerzos diarios, y considerar en la toma de sus decisiones el rumbo deseado para el negocio que se implanto en este plan desde un principio, de forma que se mantenga con buena posición de mercado a la empresa y con buena rentabilidad, pero a su vez se esté construyendo el futuro del negocio. De lo contrario se corre el riesgo de tener un buen negocio, pero estancando, que o crece más allá de su zona de confort y que no probablemente no cuente con las herramientas necesarias para hacer frente a los cambios abruptos del entorno.

Un claro ejemplo de esto fue lo sucedido con la reciente pandemia de COVID-19, la cual aceleró la digitalización del comercio y el consumo de bienes y servicios de forma exponencial. Antes de pandemia existían muchas empresas con una visión clara y esfuerzos avanzados por digitalizar sus procesos, tanto a lo interno de la organización como de cara al cliente, sin embargo y lamentablemente no eran una mayoría, muchas más han sido un poco reacias a los cambios tecnológicos, como es lo habitual, y las restricciones sanitarias tuvieron un impacto mucho mayor en estos negocios ya que su tiempo de respuesta para lograr digitalizarse y adaptarse a esta

nueva normalidad fue mayor en comparación con las empresa que ya de forma paulatina habían iniciado su digitalización.

## **2.2.10 ESTUDIO FINANCIERO**

Según Aponte, R et al., 2016.

“Se entiende por evaluación financiera al proceso en el que se busca identificar y comparar los beneficios y costos de diferentes alternativas con el fin de seleccionar la más apropiada para los inversionistas. Esta evaluación permite determinar la rentabilidad de la inversión que se realiza en un proyecto, así como la capacidad financiera del mismo.”

En este estudio se encierra el término cuantitativo y financiero del proyecto y es la base de apoyo para la toma de decisiones de este plan de negocio por lo que resulta de suma importancia que cada uno de los elementos necesarios financieramente sea considerado en este estudio para emprendimientos.

### **2.2.10.1 VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO.**

Al iniciar cualquier negocio es necesario establecer la viabilidad de este desde el inicio de las operaciones en torno a la idea original del proyecto. El VAN o Valor Actual Neto y el TIR o tasa interna de retorno son instrumentos que trabajan simultáneamente a estimar todo proyecto debe introducir herramientas para establecer la viabilidad de un proyecto.

Según Sánchez, C. et al., 2018.

“El **VAN** es una técnica dinámica de evaluación de proyectos que considera explícitamente el valor del dinero en el tiempo. Cuando se determina o se calcula el VAN, se consideran los valores de flujo de caja futuros que generará el emprendimiento a lo cual se le resta el valor de la inversión inicial, además se considera una determinada tasa de descuento llamada también costo de oportunidad o tasa mínima aceptable de rendimiento. Para que el emprendimiento o el proyecto se considere viable, el VAN deberá resultar mayor a cero.

Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$\sum_{t=0}^n FE / (1 + TIR)^t = VAN = 0 \quad (2)$$

Donde:

**VAN:** Valor Actual Neto

**FE (t):** flujo de efectivo neto del período t

**i:** tasa de expectativa o alternativa/oportunidad

**n:** número de períodos de vida útil del proyecto

**I (0):** inversión inicial (neta de ingresos y otros egresos)

Si el Valor Actual Neto es mayor o igual a 0 el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza.

La **TIR** es la tasa de descuento para la cual el VAN es igual a cero, es decir, que el valor presente de los flujos de caja sea igual a la inversión neta realizada para la ejecución del proyecto. Se refiere a la evaluación del proyecto basado en una la tasa de rendimiento para

períodos establecidos. El emprendimiento deberá reflejar en esta variable la rentabilidad como un valor mayor al costo de oportunidad, logrando que el porcentaje de retorno sea capaz de compensarlo generando además un beneficio adicional, determinando como viable al proyecto.

Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$\sum_{t=0}^n FE / (1 + TIR)^t = VAN = 0$$

Donde:

**TIR:** Tasa Interna de Rendimiento/Retorno

**VAN:** Valor Actual Neto

**FE (t):** flujo de efectivo neto del período t

**n:** número de períodos de vida útil del proyecto

En ese caso, la solución requiere considerar a la TIR como incógnita en la ecuación del Valor Actual Neto, ya que ella tiene la particularidad de ser la única tasa que hace que el resultado de aquel sea igual a 0.

### **2.2.10.2 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Según Sánchez, C. et al., 2018. El PRI indica el tiempo que tomará recuperar la inversión inicial del proyecto y se logra en base a los flujos de caja proyectados, siendo el tiempo adecuado de recuperación de inversión cuando los flujos de caja acumulados sean iguales o mayores a la inversión inicial realizada.

Es decir, el PRI es el tiempo de recuperación que demora el proyecto en recuperar la inversión inicial, por su puesto todos los inversionistas o emprendedores de negocios y proyectos ansían que la recuperación de dicha inversión sea en el corto plazo.

Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$\sum_{n=1}^T BN_n = I ,$$

### 2.2.10.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Según indica Mazón, Garzón, 2017:

El punto de equilibrio es aquel punto de la actividad del negocio en marcha en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. Entonces encontrar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos con el fin de analizar esta variable que será determinante en la toma de decisión con el propósito de superar dicho punto de equilibrio.

Con lo anterior se infiere que el punto de equilibrio proporciona puntos de referencia importantes para la planificación a largo plazo para áreas tales como las ventas, la producción, las operaciones y la recuperación de la inversión, además puede contribuir a establecer precios, manejar deuda y otras funciones del negocio

Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$PE \text{ ventas} = \frac{\text{Gastos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

#### **2.2.10.4 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

El Flujo de Efectivo Proyectado o Presupuesto de Caja, es un estado financiero proforma que permite establecer el movimiento de efectivo en cuanto entradas, salidas y saldo al final de un periodo futuro. (Anaya et al., 2018)

También Anaya et al., 2018. Indica que el Flujo de Efectivo Proyectado permite apreciar cuáles serán las necesidades de efectivo de la empresa para el periodo establecido en este estado financiero, de donde se obtendrá dicho efectivo, como se financiarán los inversionistas, como se cubrirán o usaran los faltantes y excedentes temporales.

#### **2.2.10.5 CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo Según Angulo, L. 2016. Es la cantidad de dinero efectivo requerida para financiar el ciclo operativo del emprendimiento y es indispensable para la operación de la empresa, requiere de una gestión efectiva de sus componentes y sus políticas para eliminar faltas de liquidez y trabajar en el desarrollo de nuevas alternativas de financiamiento.

#### **2.2.10.6 COSTOS FIJO Y COSTOS VARIABLES**

Los costos son todos los valores monetarios utilizados en un periodo de tiempo para la elaboración de servicios y son recuperables, según Pacheco, F. (2019).

Según indica Pacheco, F. 2019. Los costos variables son todos aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen de o producción o ventas, dentro del rango relevante, mientras que el costo unitario permanece constante.

Un ejemplo de costos fijos es en los que se debe incurrir para la confección del producto a vender, como en este caso de manufactura de prendas de vestir un costo variable sería la tela

que se usa para la confección de la ropa. Entonces el costo variable total aumenta o disminuye directamente proporcional a los aumentos y disminuciones del volumen de producción.

Por otro lado, los costos fijos son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante, inalterable o no cambia en función de la producción, este hecho se cumple dentro de un rango relevante de producción (capacidad productiva de planta), mientras el costo fijo por unidad varía con la producción.

Se puede determinar cómo gastos fijos, el contrato de alquiler del taller, el servicio de electricidad mensual, el pago de salarios a empleados, y similares, ya que independientemente del nivel de producción o ventas estos costos no cambiarán.

### **2.2.11 ESTUDIO DE MERCADO**

Según Alpizar, A et al., 2015. El termino Estudio de Mercado corresponde al proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

Sin embargo, también Alpizar, A et al., 2015. Infieren que desde el punto de vista de un proyecto de inversión o de negocio, no sólo es el lugar donde convergen vendedores y compradores, también se refiere a la población consumidora que puede ser una nación, región o localidad, un conjunto de personas de un sector o actividad y personas de determinada edad, sexo o costumbre.

Por lo anterior se destaca la importancia real de las empresas de contar con estudios de mercadeo de frecuentes a través del tiempo en sus compañías, para conocer el comportamiento de los mercados de interés y sus respectivas poblaciones ya segmentadas, con el fin de determinar si el negocio en marcha aún se mantiene rentable. Pero aún más importante resulta contar con un estudio de mercado al momento de iniciar un emprendimiento, para definir el sector

del mercado al cual está orientado el producto a introducir en él y enfocar todos los esfuerzos y acciones de la compañía en la misma sintonía.

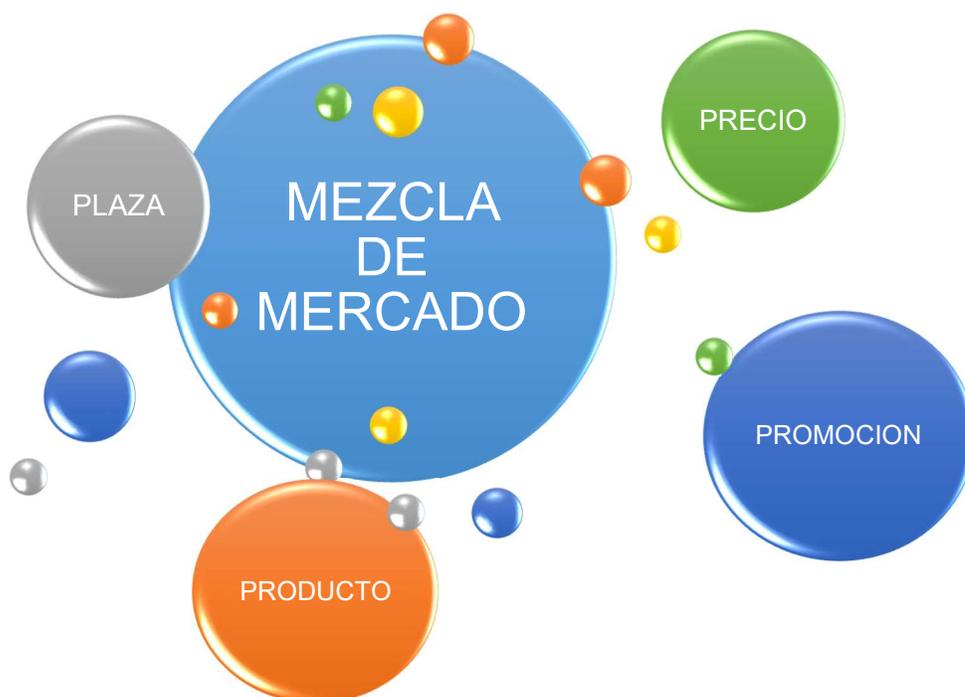
#### **2.2.11.1 MEZCLA DE MERCADO “MARKETING”**

El Marketing Mix es un análisis de estrategia interna de la empresa que combina las cuatro variables esenciales y básicas de su actividad para poder competir en el mercado. Creada en 1960 por Jerome McCarthy, inicialmente constaba de 4 variables: Precio, Producto, Promoción, Distribución, según Castañeda, J. (2019).

Es decir, la mezcla de mercadeo conforma en sí misma una herramienta para el análisis de los productos o servicios que oferta un negocio de frente a las necesidades del mercado, pero debido a los por los cambios que la globalización genera en el comportamiento del consumidor también estas necesidades cambian en la población que conforma el mercado, por lo que se vuelve necesario estar actualizando el estudio de mercado.

Conviene resaltar que una cosa es la mezcla de mercadeo (conjunto de variables o actividades de mercadeo), y otra, la clasificación que se haga de los elementos que la componen, ya que existen varias formas de agruparlos. Como parte de la presente investigación se procede con la revisión a detalle de las cuatro variables que conforman la mezcla de mercadeo, más conocidas como las 4”P”.

Ilustración 2 Mezcla de Mercado



Fuente: Elaboración propia, 2023

Según Castañeda, J. 2019. Las 4 "P" se entienden de la siguiente forma

- ✓ **Producto:** El Producto es el paquete total de beneficios que el consumidor recibe cuando compra este tiene unas características tales como: marca, diseño del empaque, etc.
- ✓ **Precio:** Es el costo financiero total que el producto representa para la cliente incluida su distribución, descuentos, garantías, rebajas, etc. Este es el único movimiento dentro de las 4 "P" que produce una utilidad ya que los otros 3 componentes solo producen costos o gastos.
- ✓ **Plaza o Distribución:** Se define como dónde se va a comercializar el producto y qué medios se utilizarán, por ejemplo, intermediarios como los mayoristas o los distribuidores que garanticen que el producto llegará al usuario final.
- ✓ **Promoción:** Son los medios que se utilizan para convencer al cliente de los productos y servicios que ofrece la empresa para alcanzar los objetivos y metas propuestas.



Según Aguilar, 2003. el 50% del Parque Nacional Braulio Carrillo y cerca de 625 hectáreas del Parque Nacional del Volcán Irazú se encuentran dentro del territorio del Cantón, la mayor parte del mismo se caracteriza por inclinadas pendientes de hasta 30°, representando una importante fuente de riqueza natural para la gran área metropolitana al ser uno de los proveedores más importantes de agua y oxígeno en la zona. A esto se le suma la gran tradición lechera que mantiene el Cantón a través del tiempo junto con las actividades agropecuarias que se mantienen vigentes y el carácter rural que distingue este territorio, además del conocido y particular clima frío que predomina en la zona debido a la altitud del territorio que va de los 1345 msnm hasta los 1800 msnm en la localidad de Cascajal con temperaturas que van de 15°C y 18°C y un promedio de lluvia de 2 461,7mm. También Aguilar, destaca que el 60% población se encuentra concentrada en los distritos de San Isidro y Patalillo, haciendo de estos dos distritos zonas las más urbanizadas con relación a los restantes (San Rafael, Dulce Nombre de Jesús y Cascajal) a pesar de que representan únicamente el 3,3% del total de territorio.

De lo anteriormente descrito por Aguilar, se determinan importantes variables a considerar para el desarrollo de la presente investigación, como las principales actividades económicas del Cantón, que los últimos años ha experimentado un auge del turismo agropecuario.

## **CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO**

## **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se describen cada una de las herramientas metodológicas y los pasos a seguir para la recolección y el análisis de la información para la investigación en curso. En desarrollo de esta se puede determinar tres tipos de enfoques a tratar: cuantitativo, cualitativo y la combinación de ambos llamados mixto.

### **3.1.1 CUALITATIVO**

Según Aguiar, 2021. En este enfoque se utilizan herramientas de recolección de datos sin medición numérica, estudia la realidad en su contexto natural y tal como sucede. Se suelen recoger los datos por medio de entrevistas abiertas, discusión de grupos, interacción con comunidades en ambientes naturales, observación, introspección, evaluación de experiencias personales, análisis de discursos, entre otros. Se da gran importancia al vínculo entre el entrevistador y el entrevistado para la recolección de la información.

### **3.1.2 CUANTITATIVO**

La investigación cuantitativa se centra en cantidades numéricas, según lo que indica Ocampo, 2017. El proceso de una investigación cuantitativa se basa en estadísticas y números con el fin de establecer patrones en los datos, mediante instrumentos medibles o bien cuantificables. Este tipo de enfoque resultar muy útil en muchas áreas, pero se debe tener cuidado porque las conclusiones en base a los datos son producto de la interpretación del investigador y por ende son más subjetivas.

Para la investigación en curso se centralizará en este enfoque por la facilidad de recolectar la información en el periodo establecido para el mismo y la naturaleza cuantitativa de la valoración de proyectos en aspectos financieros, de forma que se obtenga un escenario previo,

en términos medibles, a dar inicio al emprendimiento del taller de costura en San Antonio de Coronado.

### **3.1.3 MIXTO**

En este escenario la investigación tiene una fase cualitativa y otra cuantitativa; uno de ellos puede predominar. En el fondo este enfoque busca una complementariedad pues utiliza herramientas más variadas para la recolección de la información y suele brindar una visión más integral que da mayor nivel de profundidad a la investigación según lo que menciona Aguiar, 2021.

## **3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Aguiar, 2021. El alcance de la investigación se trata del tipo de estudio que se va a realizar, y existen cuatro tipos de estudio diferentes, que van relacionados directamente con el nivel de profundidad de la investigación. Sin embargo, una investigación puede tener relación con más de un tipo de estudio en las diferentes etapas del desarrollo de la misma, por lo que se procede a analizar cada uno de los tipos de alcance de la investigación para determinar en qué dirección esta mayormente enfocado el presente proyecto.

Aguiar, 2021. Explica cada tipo de alcance de la siguiente forma.

### **3.2.1 EXPLORATORIO**

Son aquellos estudios que indagan un tema poco conocido o de reciente descubrimiento. También se emplean para identificar una problemática en casos donde el contexto está poco claro o escasamente explorado.

Los emprendimientos y las pymes son temas de estudio y análisis constante, en diferentes actividades económicas y diferentes contextos temporales o geográficos, por lo que la investigación en desarrollo no califica como un tema poco conocido o escasamente explorado, por ende, no tendríamos un alcance exploratorio en esta investigación.

### **3.2.2 DESCRIPTIVO**

Profundiza más que en el alcance anterior, pues el estudio se centra en una temática que ha sido más explorada y en la cual pueden determinarse sus dimensiones específicas.

En base a lo descrito anteriormente por Aguiar, 2021. Cabe señalar que en este alcance al tratarse de temas un poco más explorados y estudiados ya existe referencia de ellos de forma más precisa y se detallan e identifican variables de forma más puntual y significativa para un proyecto en emprendimiento, en este caso, por lo que se podría fácilmente reconocer una relación respecto a la venta de ropa.

### **3.2.3. CORRELACIONAL**

Aplica solamente para estudios cuantitativos. En este caso, se analizan las relaciones entre variables involucradas en el fenómeno de interés.

En base a lo señalado por Aguiar, 2021. Este resulta ser el alcance más relacionado a la investigación en desarrollo debido a que existe información al alcance y diferentes variables a analizar, competencia, cartera de productos, clientes con necesidad de consumo, donde con las se logre recolectar los datos de estas variables para la generación de sus resultados.

### **3.2.4 EXPLICATIVO O CAUSAL**

Aguiar, 2021. Menciona que este estudio cuantitativo busca el porqué de los hechos, estableciendo de relaciones de causa-efecto entre las variables estudiadas.

Según lo anterior, este tipo de estudio se basa en explicar un concepto, fenómeno o acontecimiento que pueda tener relevancia, específicamente explicar la causa del hecho. Que no tiene ninguna relación con un emprendimiento como tal.

### **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Duran et al., 2017 El diseño de la investigación es la estrategia que se va a implementar con el fin de responder al problema planteado. Seguidamente se detallan los modelos a utilizar:

#### **3.3.1 DISEÑO EXPERIMENTAL.**

Aguiar, 2021 señala que este diseño de investigación se aplica cuando el investigador hace una manipulación intencional de las variables y observa los cambios o transformaciones que acontecen.

#### **3.3.2 DISEÑO NO EXPERIMENTAL.**

En este tipo de diseño según Aguiar, 2021. Se observa el fenómeno en su contexto natural sin manipular ninguna variable, es decir, no se debe realizar ninguna alteración al respecto ya que con este tipo de diseño se debe observar las situaciones en su entorno natural para de esta manera poder llegar de manera satisfactoria a los resultados. También Aguiar, 2021. Menciona que hay dos tipos de diseño no experimental, el transversal que se dedica a la recopilación de datos del fenómeno en estudio en un periodo específico y el longitudinal que trabaja con los datos recolectados en diferentes periodos, semanas, meses años.

Para el desarrollo de la presente investigación, el emprendimiento de un taller de costura se decide hacer uso de un diseño cuantitativo de tipo no experimental dado que las variables se dan por si solas y no existe posibilidad de poderlas manipular o alterar ya que no se tiene un control directo o influencia alguna para alteración de las mismas, como las encuestas o los

estudios de opinión. Finalmente, esta investigación tendrá un diseño de tipo no experimental-transversal, debido a que los datos serán recolectados en un momento determinado y no es necesario realizar recopilaciones de datos posteriores por la naturaleza de la investigación y la efectividad del instrumento de medición utilizado que arrojará los datos precisos para el análisis de resultados y posteriormente conclusiones pertinentes.

### **3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO**

Según Aguiar, 2021. Las unidades de análisis hacen referencia constituyen los elementos del universo o conjunto de individuos a los que se les miden o estudian las variables o categorías de interés. Pueden ser: personas, instituciones, expedientes, bases de datos y poblaciones, entre otras.

En el presente proyecto, el objeto de investigación es la creación de un emprendimiento de manufactura de ropa en la ciudad San Antonio de Coronado para el segundo semestre del 2022.

#### **3.4.1 POBLACIÓN**

Según Maldonado, 2018. La población comprende todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Son todos los componentes del objeto de estudio.

En este caso la población en estudio geográficamente comprende a los habitantes del canto de Patalillo, Vázquez de Coronado, en donde se desarrollará la investigación como tal, la población del distrito como tal es de 24.657 habitantes al 2021 según datos del INEC en el siguiente cuadro.

Tabla 1 Población de cantones y distritos 2020-2021

Provincia, cantón y distrito	2020	2021
Vázquez de Coronado	71 663	72 311
San Isidro	18 540	18 591
San Rafael	8 464	8 555
Dulce Nombre de Jesús	11 870	12 013
Patalillo	24 405	24 657
Cascajal	8 384	8 495

Fuente Anuario Estadístico 2020-2021 INEC

### 3.4.2 TIPO DE MUESTRA

Maldonado, 2018. Menciona que la muestra es la parte de la población que se selecciona, y de la cual realmente se obtiene información para el desarrollo de la investigación y sobre la cual se efectuarán la observación y la medición de las variables objeto de estudio. Existen dos tipos de muestras, las cuales se describen a continuación.

#### 3.4.2.1 MUESTRA PROBABILÍSTICA

Según Aguiar, 2021. Todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos, por medio de una selección aleatoria. Este tipo de muestra se utiliza solamente si el interés es estimar parámetros poblacionales.

#### 3.4.2.2 MUESTRA NO PROBABILÍSTICA

La muestra no probabilística es contraria a la probabilística, ya que como su nombre lo dice no todos los individuos o unidades de estudio tienen la misma probabilidad de ser seleccionados ya que esta selección depende de causas relacionadas con las características en la investigación o los propósitos del investigador según Aguiar, 2021.

Ilustración 4 Muestreo no probabilístico



Fuente: *Universo Formulas*, 2020.

Según lo anteriormente descrito sobre los tipos de muestra, para el desarrollo de la investigación presente se procederá con el estudio de una muestra de tipo probabilística, en donde todos los habitantes del distrito de Patalillo (San Antonio) de Coronado tienen la misma probabilidad de ser considerados para el estudio mediante la selección del muestreo al azar, utilizando la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N z^2 p \cdot q}{e^2 (N - 1) + z^2 p \cdot q}$$

En la fórmula anterior “N” corresponde al volumen de la muestra, “e” al margen de error, “Z” nivel de confianza, “p” probabilidad de que ocurra y “q” es la probabilidad de que no ocurra. (Maldonado, J. 2018)

Tabla 2 Datos de la Muestra

### Planteamiento de Datos

	Valor
N=	24.657
e=	5%
Z=	95%
p=	50%
q=	50%

Fuente: *Elaboración Propia, 2023.*

Aplicando la fórmula de muestreo el total de la muestra sería 379 personas a las cuales se debe encuestar, los involucrados son hombres y mujeres de costumbres y tradiciones, con ingresos financieros por núcleo familiar, habitantes de la localidad de San Antonio de Coronado durante el periodo en el que se comprenderá dicho proyecto que será en el segundo semestre del 2022.

### **3.4.3 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN**

Los criterios de inclusión y de exclusión son condiciones específicas con las que debe o no contar un individuo para ser parte o no de la muestra seleccionada (Aguiar, 2021).

Tabla 3 Criterios de Inclusión y Exclusión

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Se incluyen personas entre los 20 y 59 años, que cuenten con ingresos para la compra de ropa.</li><li>• Se incluyen personas que vivan en el distrito de San Antonio de Coronado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se excluyen personas menores al mercado meta de acuerdo con el rango de edad que no posean ingresos fijos.</li><li>• Se excluyen todos los habitantes que no viven el distrito de San Antonio de Coronado.</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

### 3.4.4 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Según Aguiar, 2021. Se debe mencionar lo más detalladamente posible los cuidados éticos para el manejo de la información. En todo momento se debe evitar generar conflictos éticos o laborales. Siempre procurando el objetivo que es que los datos sean lo más confiables y ciertos posibles.

Por lo anteriormente descrito y la naturaleza de la investigación se procede con la recolección de datos mediante una encuesta, que se hará llegar directamente a los participantes de forma digital mediante un link seguro, y también se ejecutara de forma física con papel y lápiz en un recorrido física al distrito con el fin de alcanzar la recolección de la cantidad de encuestas necesarias, para que proceda a responder las preguntas allí formuladas, dicha encuesta incluirá la siguiente leyenda de forma textual **“La información proporcionada a través de esta**

***encuesta es de carácter confidencial y de uso exclusivamente académico***". Esto con el fin de brindar seguridad a los encuestados y obtener los datos pertinentes para el desarrollo de la investigación y la creación del taller de costura en San Antonio de Coronado.

En la recolección de la información, el formulario estará dirigido a la población establecida previamente entre hombres y mujeres, el cual se estará confeccionando mediante la plataforma de [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com).

### **3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Según Aguiar, 2021. Un instrumento de recolección de datos es en un principio cualquier recurso del que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información. Un instrumento es adecuado cuando los datos que recoge reflejan la realidad de las variables en estudio.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizarán los siguientes instrumentos para obtener los datos.

#### **3.5.1 FUENTES PRIMARIAS**

Toda la recolección de datos que se genere proveniente directamente de la muestra o la población es considerada fuente primaria.

- Encuesta a la muestra total entre hombres y mujeres de 20 a 65 años que habiten en el distrito de San Antonio de Coronado.

### 3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Contrario a las fuentes primarias, las secundarias son todas aquellas que nos brindan información proveniente de otro origen como lo es la muestra o la población, un ejemplo de ellos es páginas de internet, otras investigaciones, bases de datos autorizadas para su uso, anuarios estadísticos, etc.

- Sitios web, para consultar datos o información que sea ajena de fuentes primarias, libros o artículos.

### 3.6 VARIABLES

Según Aguiar, 2021. Las variables constituyen las condiciones que caracterizan el objeto de estudio o la muestra, por lo general representan la causa y efecto de la investigación que se está realizando.

*Tabla 4 Variables que caracteriza el objeto de estudio*

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Instrumento
<b>1. Identificar los trámites y requisitos necesarios a fin de crear un emprendimiento dedicado a la</b>	Aspecto legal y normativo	Conjunto de regulaciones y lineamientos que se deben cumplir para desarrollar el	Datos proporcionados de la fuente secundaria	Listado de requisitos según regulaciones nacionales y locales.	Se obtiene información vía páginas web oficiales de las instituciones involucradas: Municipalidad

<p><b>manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.</b></p>		<p>emprendimiento.</p>			<p>de la zona, Ministerio de Salud, CCSS, Ministerio de Hacienda, MEIC, INS.</p>
<p><b>2. Realizar un estudio de mercadeo del emprendimiento "El taller de Nena" con el cual se puedan determinar aspectos importantes de los mercados en los cuales va a incursionar la empresa en la zona geografía específica.</b></p>	<p>Estudio de Mercado</p>	<p>Identificar el nicho de mercado en el que se va a incursionar, sus preferencias y necesidades y posibles competidores.</p>	<p>Datos proporcionados de la fuente primaria.</p>	<p>Cantidad de criterios recolectados de la fuente primaria</p>	<p>Cuestionario aplicado en la investigación.</p>

<p><b>3. Estimar la rentabilidad del proyecto de la creación de emprendimiento "El taller de Nena" para sus dueños, y la ganancia real que se podría percibir con este negocio</b></p>	<p>Estudio Financiero</p>	<p>Rentabilidad financiera del emprendimiento</p>	<p>Datos proporcionados de la fuente primaria</p>	<p>Resultados obtenidos de la investigación.</p>	<p>Análisis de datos financieros según instrumentos de evaluación.</p>
<p><b>4. Confeccionar un cronograma de implementación y presupuestos necesarios para la implementación de un emprendimiento dedicado a la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el</b></p>	<p>Ejecución del emprendimiento</p>	<p>Planificación y proyección financiera para la puesta en marcha del emprendimiento.</p>	<p>Datos proporcionados de la fuente primaria.</p>	<p>Resultados obtenidos de la investigación.</p>	<p>Cuadro de cronograma y presupuesto generado en la investigación.</p>

<b>segundo</b>					
<b>semestre</b>	<b>del</b>				
<b>2022.</b>					

Fuente: *Elaboración propia, 2023*

### **3.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Según destaca Cauas, 2015. Las Variables independientes son las variables a explicar, o sea, el objeto de la investigación, que se trata de explicar en función de otros elementos”. (p.4)

Para el desarrollo de la presente investigación la variable independiente se fundamenta en la creación de un taller de costura, en el segundo semestre del año 2022.

### **3.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE**

También Cauas, 2015. Menciona que las variables explicativas, o sea, los factores o elementos susceptibles de explicar las variables dependientes (en un experimento son las variables que se manipulan).

En este proyecto la variable dependiente se refiere a establecer el escenario completo; en términos financieros, mercadotécnicos, tramitológicos, legales y operacionales, para la creación del taller de costura, bajo los parámetros propuestos con el fin de obtener un resultado positivo.

### **3.7 ANÁLISIS DE LOS DATOS**

Las primeras preguntas de la encuesta determinan el perfil de la población como domicilio, para verificar que corresponde a la zona y edad para tener un rango de edad de los encuestados. Las siguientes preguntas son respecto a los hábitos de consumo y sus preferencias en compra de ropa, entre otros.

El análisis de datos se realizará con la debida verificación y validación de las respuestas obtenidas mediante la aplicación de la encuesta física y digital que se enviará a toda la población de forma aleatoria.

Los datos recolectados serán tabulados para presentarse de forma estadística en gráficos donde se muestre el porcentaje de respuesta a las preguntas que serán efectuadas para la creación del Taller de Nena, dando una introducción a la estadística inferencial.

También es oportuno recalcar que en dicha investigación se utilizara la estadística descriptiva como complemento para la recolección de información y presentación de resultados que representan un valor importante en las variables, dicha información se presenta de forma clara, específica y detallada para un mejor entendimiento de la misma.

En relación con la parte legal del proyecto, se describen las diferentes regulaciones para la creación del Taller de Nena. La correlación entre las variables en estudio será un factor determinante en la revisión de los datos y la interpretación de los resultados.

Para el estudio financiero se aplicarán los instrumentos de evaluación citados en el transcurso de la investigación, se presentará el procedimiento y resultado de dichos instrumentos de forma detallada y se ejecutará el análisis de esta información de forma clara y concisa.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir de la investigación realizada para la Creación del Taller de Nena en San Antonio de Coronado para el segundo semestre del 2022. Los datos se presentan de manera ordenada y resumida mediante tablas y gráficos para brindar la información de las variables de forma que permita una comprensión más sencilla de la información.

Los resultados se presentarán en orden en relación a lo citado en cada uno de los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación, a excepción del objetivo cuatro que será desarrollado en el Capítulo 7 de “Propuesta” de esta investigación.

## **4.1 TRÁMITES LEGALES Y REQUISITOS NORMATIVOS**

### **4.1.1 MUNICIPALIDAD**

Se determinan los requisitos para patentes nuevas en la Municipalidad de Coronado según la información publicada en su sitio web oficial, en la sección de formulario y documentos en la siguiente dirección <https://coromuni.go.cr/formularios-y-documentos>. Formulario de requisitos en **ANEXO 1**, se muestra el listado de requisitos a cumplir según este documento oficial de la municipalidad.

- a) Resolución Municipal de Ubicación (Uso de Suelo Conforme).
- b) Timbres Fiscales por ¢ 125, o entero de gobierno por ese concepto y monto.
- c) Fotocopia del Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud.
- d) Copia del último recibo cancelado de la Póliza de Riesgos del Trabajo o Exoneración del INS.
- e) Estar inscrito y al día en la CCSS y estar al día con FODESAF.
- f) Estar debidamente inscrito y al día con tributación directa del Ministerio de Hacienda.
- g) Certificación Literal de la propiedad donde se instalará el negocio.

h) Copia de la cédula del solicitante y del o de los propietarios donde se ubicará el negocio.

#### **4.1.2 MINISTERIO DE SALUD**

Según la información publicada en su sitio web oficial, en la sección de “Trámite Permisos Sanitarios de Funcionamiento para Establecimientos Industriales, Comerciales y de Servicios” se detallan los requisitos a cumplir para solicitar el permiso de funcionamiento investigados de la siguiente dirección <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites/empresas/30-tramites/permisos-a-establecimientos/115-tramite-para-autorizaciones-y-permisos-sanitarios-de-funcionamiento-para-establecimientos-industriales-comerciales-y-de-servicios>:

- a) Formulario de Solicitud (ver **ANEXO 2**)
- b) Declaración Jurada para tramites de solicitud de permisos por primera vez (ver **ANEXO 3**)
- c) Documento de identidad.
- d) Copia del comprobante de pago de servicios de acuerdo con el grupo de riesgo: Grupo A: \$100 - Grupo B: \$50 - Grupo C: \$30 - Microempresas inscritas y activas en el MEIC: \$20 - Casinos de juego: \$5.000

Según el documento de Clasificación de actividades comerciales, industriales y de servicios reguladas por el ministerio de salud según nivel de riesgo sanitario y ambiental, adjunto en **ANEXO 4**, se determina que la actividad comercial del Taller de Nena es clasificaría como Grupo B, por lo que corresponde un pago de \$50 de pago de servicios según el grupo de riesgo.

El trámite se puede llevar a cabo en cualquier Área Rectora del Ministerio de Salud más cercana a la ubicación del negocio, en San Antonio, en este caso corresponde el Área Rectora de Coronado, 500 metros norte de la Bomba El Trapiche en San Isidro de Coronado.

### **4.1.3 CAJA COSTARRICENSE DEL SEGURO SOCIAL**

Para la inscripción a la Caja Costarricense del Seguro Social, existen dos modalidades para operar, como trabajador independiente o como patrono físico, dependerá de si se contara o no con personal a carga que se deba de asegurar. De ambos casos se detallan los requisitos publicados en la página web oficial de la institución en la siguiente dirección <https://www.ccss.sa.cr/tramites>

#### **4.1.3.1 AFILIACIÓN DE TRABAJADOR INDEPENDIENTE**

- a) Presentar cédula de identidad
- b) Suministrar el nombre y calidades del trabajador independiente, descripción del desarrollo de la actividad económica a la que se dedica, aportar la información de la actividad económica y los ingresos para el cálculo de las cuotas respectivas y medio para recibir notificaciones.
- c) La CCSS se reserva la potestad de solicitar ampliación o aclaraciones de la información suministrada.
- d) Completar formulario de solicitud (ver **ANEXO 5**).

#### **4.1.3.2 INSCRIPCIÓN DE PATRONO FÍSICO**

- a) Documento de identificación vigente y en buen estado.
- b) Fotocopia de documento de identificación de cada persona trabajadora vigente y en buen estado.
- c) Llenar el Formato de Solicitud de Inscripción patronal (ver **ANEXO 6**).

#### **4.1.4 MINISTERIO DE HACIENDA**

Los requisitos generales para realizar la inscripción, modificación de datos y desinscripción en el Registro Único Tributario de la Dirección General de Tributación DEL Ministerio de Hacienda, también se encuentran publicados en su sitio web oficial, en la siguiente dirección

<https://www.hacienda.go.cr/docs/RequisitosGeneralesYEspecificosInscripcionModifDesinsc.pdf>

- a) Documento de identificación original, vigente y en buen estado.
- b) Certificación de personería jurídica.
- c) Numero de medidor o número de NISE del domicilio fiscal del obligado tributario.
- d) Formulario de Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario debidamente completo (Ver **ANEXO 7**)

Es importante considerar que los impuestos que se deben contemplar conforme las legislaciones vigentes y emitidas por el Ministerio de Hacienda son las siguientes:

- Impuesto de Renta
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Impuesto único sobre las rentas percibidas sobre el trabajo
- Impuesto al salario
- Impuesto a las sociedades

#### **4.1.5 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**

El INS pone diferentes opciones de aseguramiento a la disposición de las empresas y los emprendedores sin embargo el más importante y de hecho obligatorio es el Seguro de Riesgos del Trabajo, este es el seguro que ofrece el Instituto Nacional de Seguros a los patronos para

proteger a sus empleados ante los riesgos de trabajo que puedan sufrir a consecuencia de la labor realizada. Algunas de las coberturas son

### **Médicas**

- Asistencia médico-quirúrgica
- Hospitalaria
- Farmacéutica
- Rehabilitación
- Prótesis y aparatos médicos
- Readaptación y reubicación laboral

### **Económicas**

- Subsidio por incapacidad temporal
- Renta por incapacidad permanente
- Renta por muerte del trabajador
- Gastos de traslado
- Gastos de funeral
- Gastos de hospedaje y alimentación

Toda la información detallada del producto se encuentra en su sitio web oficial, así como la solicitud en línea para ser contactado por un corredor de seguros de la institución y formalizar el aseguramiento del emprendimiento, el sitio web a seguir es <https://www.grupoins.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/>

#### **4.1.6 MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO**

El registro del emprendimiento como PYME ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio también es un trámite que se realiza en línea en su sitio web oficial, en la sección Digepyme en la siguiente dirección <https://www.siec.go.cr/DIGEPYME> aunque también puede realizarse de forma presencial en las oficinas del ministerio. Resulta ser un trámite de fácil acceso y sencillo de ejecutar, al que el emprendedor accede con el fin de obtener beneficios específicos para las pymes, como por ejemplo la exoneración de impuestos. Los requisitos indicados vía web se enlistan a continuación:

- a) Completar el Formulario de inscripción PYME que solo se obtiene registrándose en <https://www.siec.go.cr/DIGEPYME/login.jsp> plataforma creada por el MEIC para este trámite en específico.
- b) Pago de póliza de riesgo de trabajo
- c) Formulario D-101 o D-105 de los últimos periodos de declaración del Impuesto sobre la Renta.
- d) Demostrar que se cuenta con las obligaciones de las cargas sociales al día.

Algunos de los anteriormente mencionados beneficios del registro como PYME oficialmente ante el MIEC, fueron derivados de la ley 8262 “Ley de Fortalecimiento a las Pymes” y también se encuentra publicados en su sitio web con el fin de promover a los empresarios y negocios locales a dar el paso hacia la formalización de su empresa como PYME, se detallan a continuación dichos beneficios.

- Participación como proveedor pymes del Estado.
- Financiamiento, avales y garantías por medio del FODEMIPYME del Banco Popular.

- Acceso a fondos no reembolsables para innovación con el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT).
- Servicios de desarrollo empresarial como: charlas, capacitaciones, talleres, entre otros.
- Ferias empresariales y encuentros de negocios.
- Tarifa preferencial en la revalidación anual de empresas ante el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos.
- Tarifa diferenciada de \$5 a gestores de residuos, micro y pequeñas. Art 1-49 Decreto N° 41526-S-MINAE-H
- Tarifas preferenciales: PYMExpress y Exportafácil.
- Financiamiento del Sistema de Banca para el Desarrollo, INDER y otras entidades.
- Exoneración impuesto personas jurídicas: micro y pequeñas empresas.
- Exoneración IVA alquiler micro y pequeñas empresas, monto menor a €669,000
- Pago escalonado para patronos ante CCSS para nuevas microempresas hasta 5 empleados.
- Permiso sanitario de funcionamiento microempresas: tarifa única de \$20.
- Tarifa preferencial en registros sanitarios para microempresas (20% de la tarifa vigente).
- Período de gracia (no pago) primeros tres años para la certificación de drones ante la Dirección General de Aviación Civil.
- Exoneración escalonada para la micro y pequeña empresa en el pago del impuesto sobre la renta, primeros tres años de operaciones (Ley 9635 Ministerio de Hacienda).

## 4.2 ESTUDIO DE MERCADEO PARA EL EMPRENDIMIENTO

A continuación, se presentan los resultados debidamente tabulados, de la encuesta realizada a la muestra en estudio para determinar los aspectos de la variable en estudio en este punto. El tamaño de la muestra solicitada para este estudio era 379 unidades de estudio, sin embargo se alcanzó un muestreo mayor de un total de 392 personas residentes de San Antonio de Coronado, de las cuales la sola la cuarta parte completo la encuesta de forma digital, para la recolección de información del resto de los individuos fue necesario realizar las encuestas de forma física recorriendo por vía pública las diferentes localidades del distrito de San Antonio de Coronado e interceptando a los transeúntes para solicitar su apoyo con la investigación. De esta forma la recolección de la información se volvió un poco más lenta de lo esperada sin embargo se alcanzó el objetivo completando la muestra solicitada y corroborando que la misma sea perteneciente al distrito en el cual se desarrolla la investigación.

A continuación, se procede a detalla cada una de las preguntas que conformaron el cuestionario completo aplicado a cada una de las unidades en estudio (ver **ANEXO 8**) y representa de forma gráfica y estadística la información obtenida de las mismas.

## 1. Indique su género.

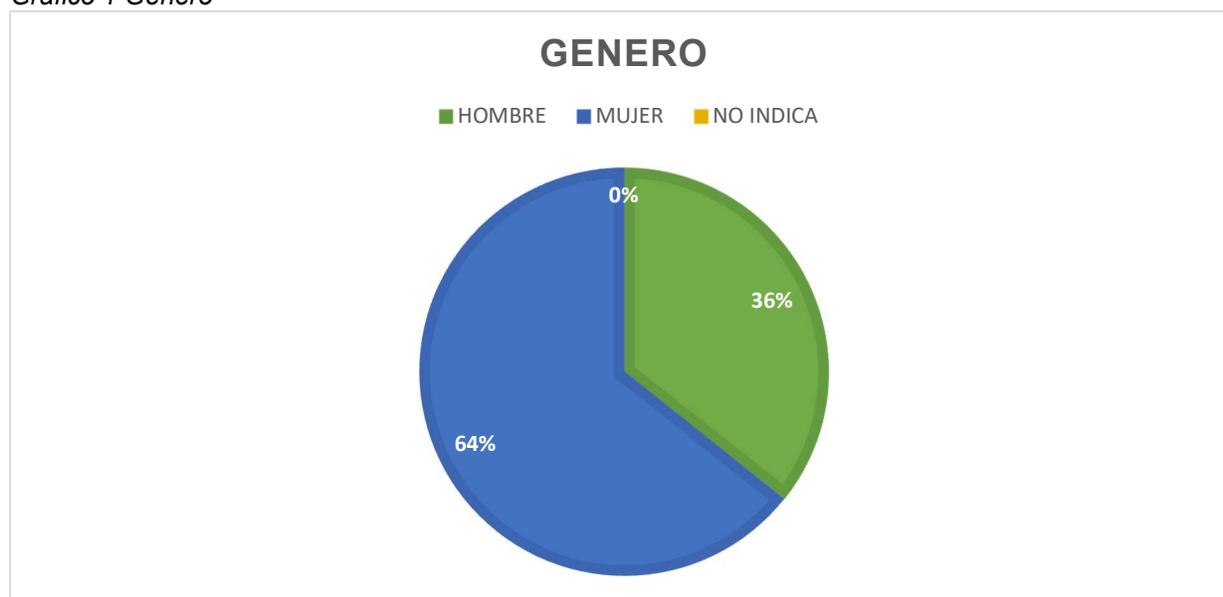
La pregunta es de carácter informativo para conocer la proporción entre hombres y mujeres que realizan compras en el distrito de San Antonio y fueron consideradas en el estudio, esta variable tiene un efecto directo en la decisión de compra ya define muchos aspectos de gustos y preferencias en las personas.

Tabla 5 Género

HOMBRE	140	36%
MUJER	252	64%
NO INDICA	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023

Gráfico 1 Género



Fuente: Elaboración Propia, 2023

Como se muestra en la gráfica anterior, del total de las personas encuestadas un 64% corresponde a mujeres y un 36% a hombres.

## 2. ¿Cuál es su rango de edad?

La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a la edad de los encuestados, esta también es una variable que impacta de forma directa la decisión de compra

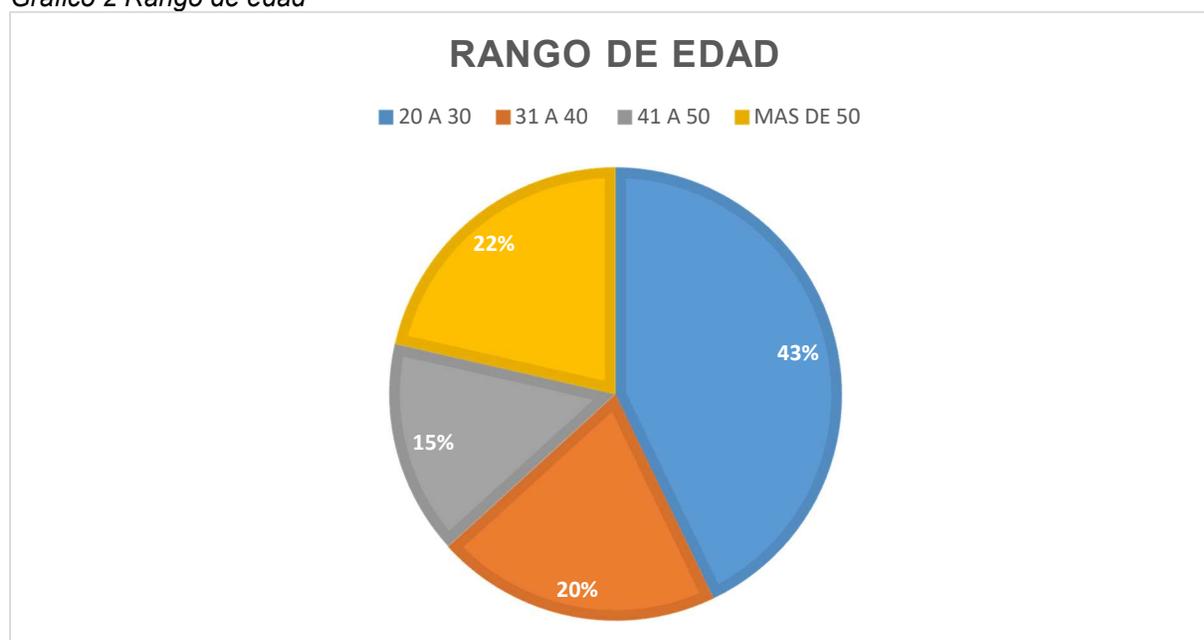
de los consumidores y probablemente influye también en la respuesta brindada en el resto de las preguntas del cuestionario.

*Tabla 6 Rango de edad*

20 A 30	168	43%
31 A 40	80	20%
41 A 50	60	15%
MAS DE 50	84	21%
TOTAL	392	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2023.*

*Gráfico 2 Rango de edad*



*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

Como se muestra en el gráfico anterior el 43% de la muestra en estudio corresponde a personas adultos jóvenes, con edades entre los 20 y 30 años. El segundo grupo más encuestado es el de más de 50 años de edad con un 22% del total de encuestas, muy de cerca las personas con edades entre los 31 a 40 representan un 20% en esta encuesta, siendo el segmento menos entrevistado las personas con edades entre los 41 a 50 años de edad con un 15% del total de personas interceptadas.

### 3. ¿Es vecino de San Antonio de Coronado?

Con esta pregunta confirmamos el domicilio de los encuestados, lo que se desea es validar que el nicho de mercado en estudio sea realmente en el que se estará desarrollando el emprendimiento geográficamente, para conocer detalladamente este mercado antes de incursionar fuera del distrito.

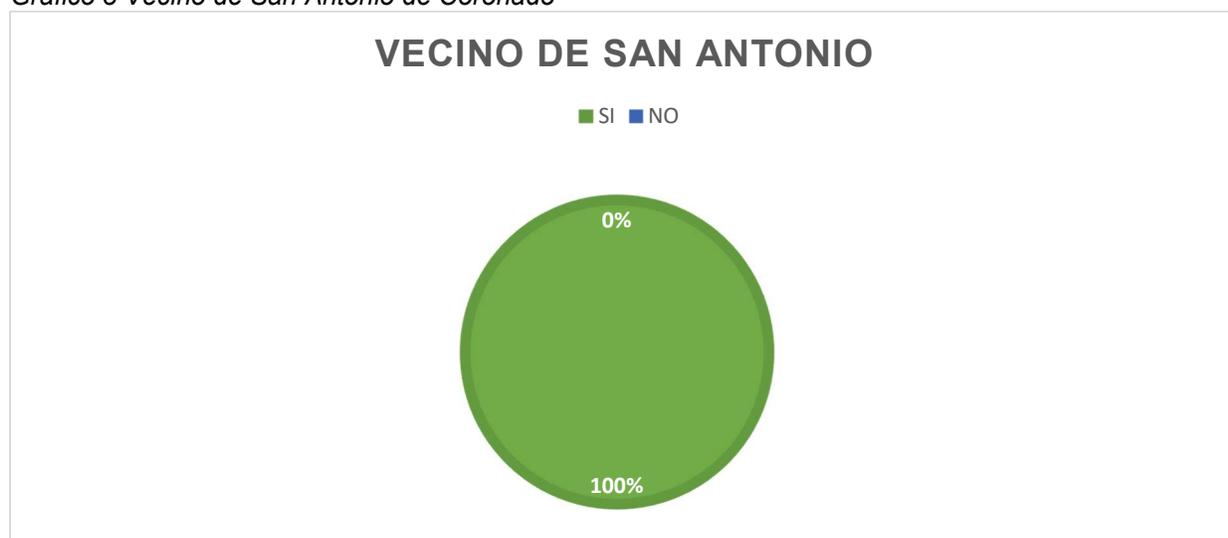
Una de las principales preocupaciones al momento de recolectar la información era que nos e cumpliera con el criterio de inclusión-exclusión de residencia de los individuos considerados en el estudio, en el distrito de San Antonio de Coronado. De hecho, mediante la encuesta digital se recibieron algunas encuestas de personas que no viven en el distrito, dichas encuestas fueron excluidas del estudio de la muestra para no sesgar la investigación por lo que como se puede comprobar en la siguiente tabla el 100% de las personas consideradas en el estudio viven en San Antonio.

Tabla 7 Vecino de San Antonio de Coronado

SI	392	100%
NO	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 3 Vecino de San Antonio de Coronado



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

#### 4. ¿Dónde realiza normalmente la compra de prendas de vestir?

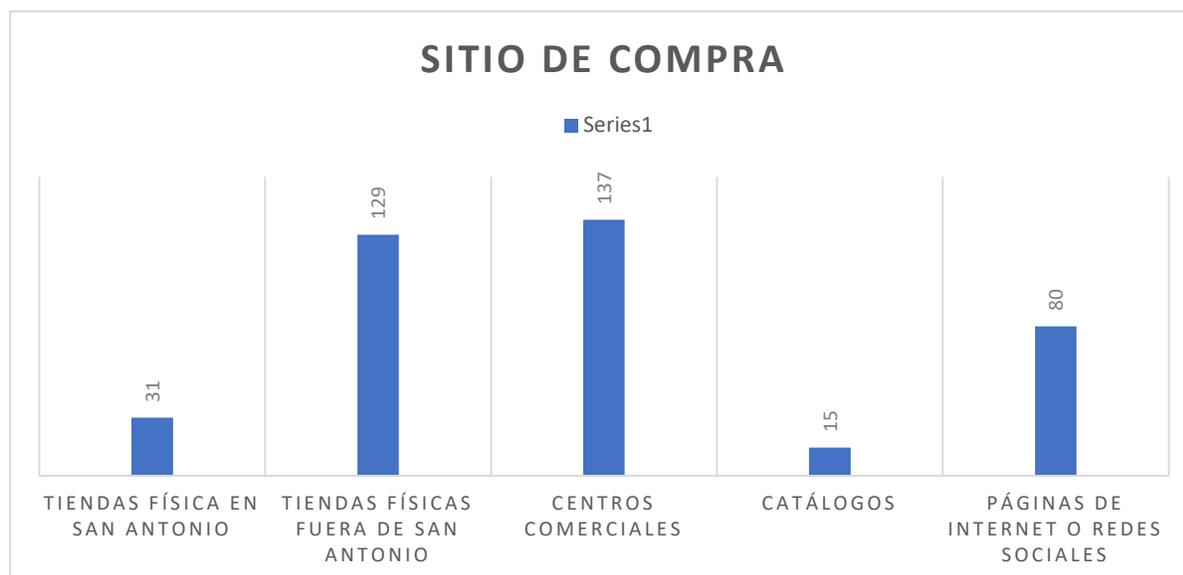
A través de esta pregunta, determinamos cual es la preferencia del cliente en la actualidad al momento de realizar compras de prendas de vestir, y se brindan como opciones tanto tiendas físicas como tiendas virtuales. Esta información es muy importante para la investigación ya que aún se debe plantear si se desea implementar o no una tienda física de ventas para el taller, o bien si se desea mantener el taller en funcionamiento de forma virtual a través de una página de internet que permita realizar compras online o bien redes sociales por las que se pueda dar a conocer el emprendimiento a toda la comunidad de San Antonio.

Tabla 8 Preferencia de Sitio de Compra

Tiendas físicas en San Antonio	31	8%
Tiendas físicas fuera de San Antonio	129	33%
Centros Comerciales	137	35%
Catálogos	15	4%
Páginas de internet o redes sociales	80	20%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 4 Preferencia de Sitio de Compra



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Como se desglosa en el gráfico anteriormente citado, el 35% de la muestra en estudio realiza la compra de sus prendas de vestir normalmente en centros comerciales y un 20% la

realiza ya de forma virtual a través de páginas o redes sociales, se puede partir del hecho de que estos son datos provienen directamente el segmento más joven encuestado por las características de esta población como tal. Sin embargo, aún un 33% de los encuestados prefieren visitar tiendas físicas fuera de San Antonio y solo un 8% visita tiendas dentro del distrito, esto es un fuerte indicador sobre la relevancia que tendría para la tienda abrir un local comercial para la venta de sus prendas de vestir dentro del distrito como tal, considerando el gasto financiero y operativo que este generaría y la poca preferencia que tiene en este estudio. Evidentemente termino la era de las ventas por catálogos, como se evidencia también en el gráfico, solo un 4% de la población en estudio aun realiza compras de prendas de vestir por este medio.

## 5. ¿Tiene acceso a internet?

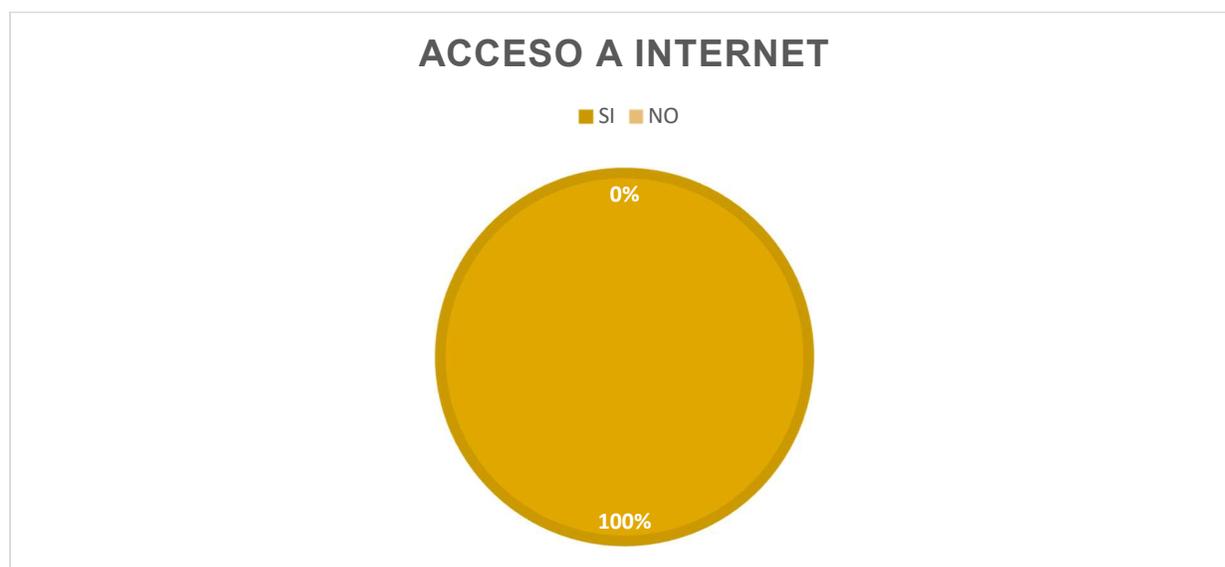
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al acceso a internet de los encuestados, determinando la accesibilidad de la población a las compras y ventas virtuales, considerando esta una opción con mucha fuera para el desarrollo del emprendimiento. El acceso al internet al 100% de los costarricenses en general es algo que se puede intuir o asumir fácilmente sin embargo siempre es necesario corroborar y no asumir información. Como se muestra en la gráfica el 100% de los encuestados tiene acceso al internet, es decir que tendríamos acceso a prácticamente toda la población si la tienda fuera estrictamente virtual.

*Tabla 9 Acceso a Internet*

SI	392	100%
NO	0	0%
TOTAL	392	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2023.*

Gráfico 5 Acceso a Internet



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 6. ¿Ha realizado compras por Internet de forma virtual?

La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a la experiencia de la población con las compras por internet, es decir, si el individuo en estudio ha o no ha realizado ya compras de forma virtual en algún momento. Con esto definimos si el cliente está familiarizado con la metodología de venta y entrega de este tipo de compras.

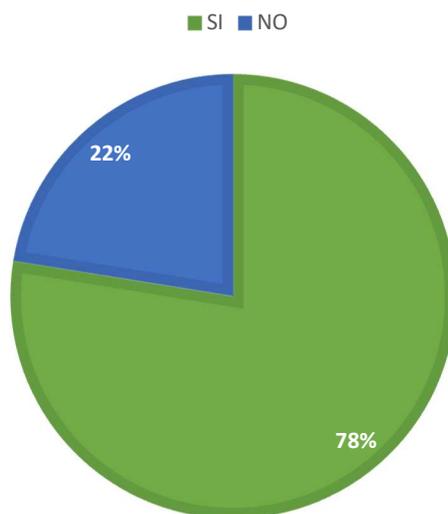
Tabla 10 Experiencia en las Compras por Internet

SI	304	78%
NO	88	22%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 6 Experiencia en las Compras por Internet

## EXPERIENCIA EN LAS COMPRAS POR INTERNET



Fuente: *Elaboración Propia, 2023.*

Como se puede evidenciar la mayor parte de la población en estudio está familiarizada con las compras virtuales en un 78% de las unidades en estudio y solamente un 22% nunca ha realiza una compra de forma digital, este último grupo equivale a 88 personas encuestadas del total de entrevistas realizadas, lo que de hecho coincide perfectamente con el segmento de personas de mayor edad, que representan 84 personas del total de las encuestadas con edades superiores a los 50 años ya que dicho grupo suelen ser un poco más reacios a la digitalización y automatización de actividades diarias como la compra de bienes y servicios.

### 7. ¿Realizaría la compra de prendas de vestir de forma virtual?

La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a la disposición de los encuestados a realizar compras por internet, tanto para quienes ya han tenido dicha experiencia como para quienes no han realizado aun una compra de forma virtual. Sin embargo, como se visualiza en la siguiente tabla, los resultados son exactamente iguales a los de la pregunta anterior. Por lo anterior se podría suponer que la misma población que aún no ha tenido

experiencia de compras virtuales, no se encuentra interesada el realizarlas, o bien alguna parte de la población que tuvo experiencias de compras virtuales tuvo una mala experiencia por lo que no desea repetirlo de nuevo. En cualquiera de los dos escenarios se cuenta con un alto porcentaje de aceptación por parte de la población para las compras virtuales, con un 78% de apoyo por lo que se vuelve más fuerte la opción de mantener el funcionamiento del emprendimiento como una tienda virtual.

*Tabla 11 Apertura a realizar compras por Internet*

SI	380	97%
NO	12	3%
TOTAL	392	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2023.*

*Gráfico 7 Apertura a realizar compras por Internet*



*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

## 8. ¿Cómo prefiere la entrega del producto para compras virtuales?

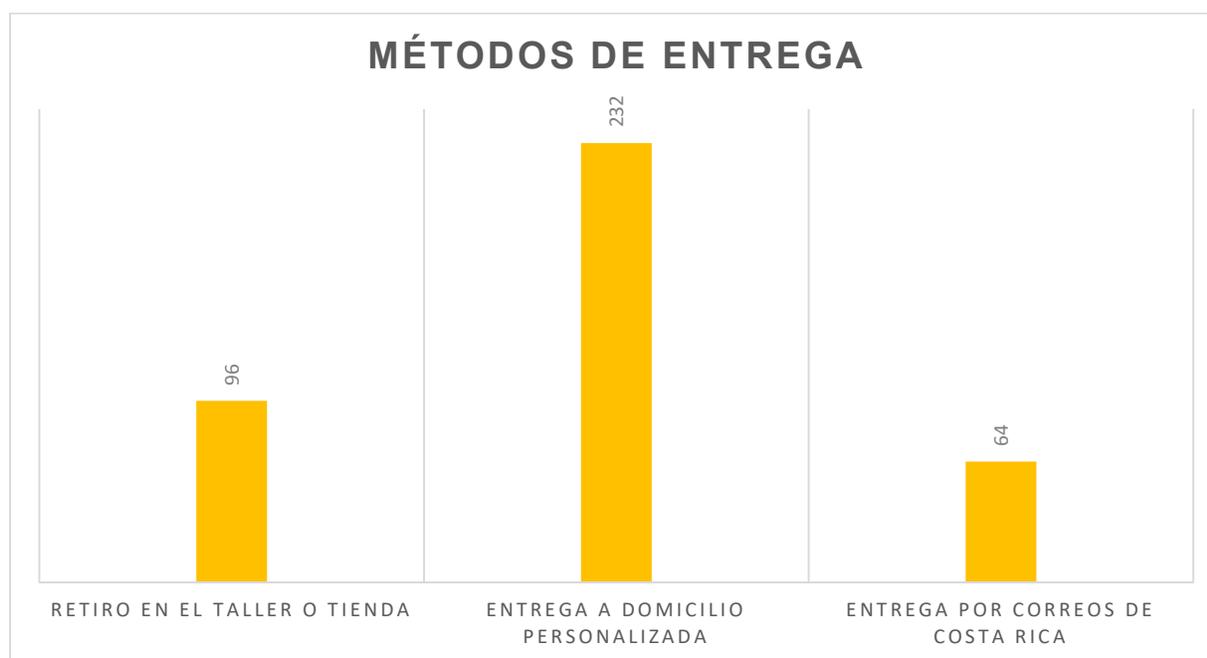
Parte importante de las compras virtuales son las formas en que se hace llegar al cliente el producto consumido, por lo que con esta pregunta se pretende conocer la preferencia de la población respecto a los métodos de entrega para considerarlo en la canal de distribución de los productos.

Tabla 12 Métodos de entrega

Retiro en el taller o tienda	96	24%
Entrega a domicilio personalizada	232	59%
Entrega por Correos de Costa Rica	64	16%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 8 Métodos de entrega



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Como se puede observar en la gráfica, el método de preferencia es la entrega personalizada, por lo que se vuelve importante considerar el gasto de mensajería privada en el presupuesto del negocio.

**9. Bajo la modalidad virtual, ¿Cómo prefiere que se le haga llegar la información acerca de la lista los productos y precios?**

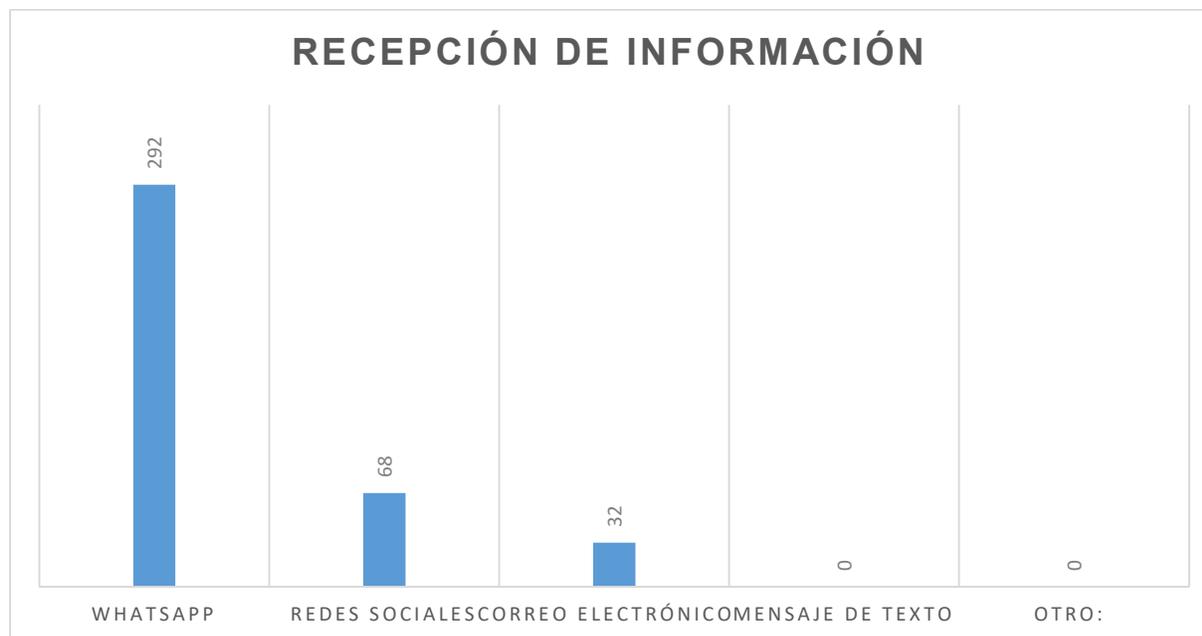
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a la preferencia de recepción de información de los posibles consumidores, es decir el canal de preferencia de contacto con el negocio. Tanto para ofertas y promociones como para coordinación de la compra y entrega del producto. En este caso el canal favorito de la población es WhatsApp con un 74% de preferencia.

*Tabla 13 Recepción de información*

WhatsApp	292	74%
Redes Sociales	68	17%
Correo electrónico	32	8%
Mensaje de texto	0	0%
Otro:	0	0%
TOTAL	392	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2023.*

*Grafico 9 Recepción de información*



Fuente: *Elaboración Propia, 2023.*

### **10. ¿Qué tan probable es que usted recomiende comprar prendas de vestir en un negocio local de San Antonio de forma virtual?**

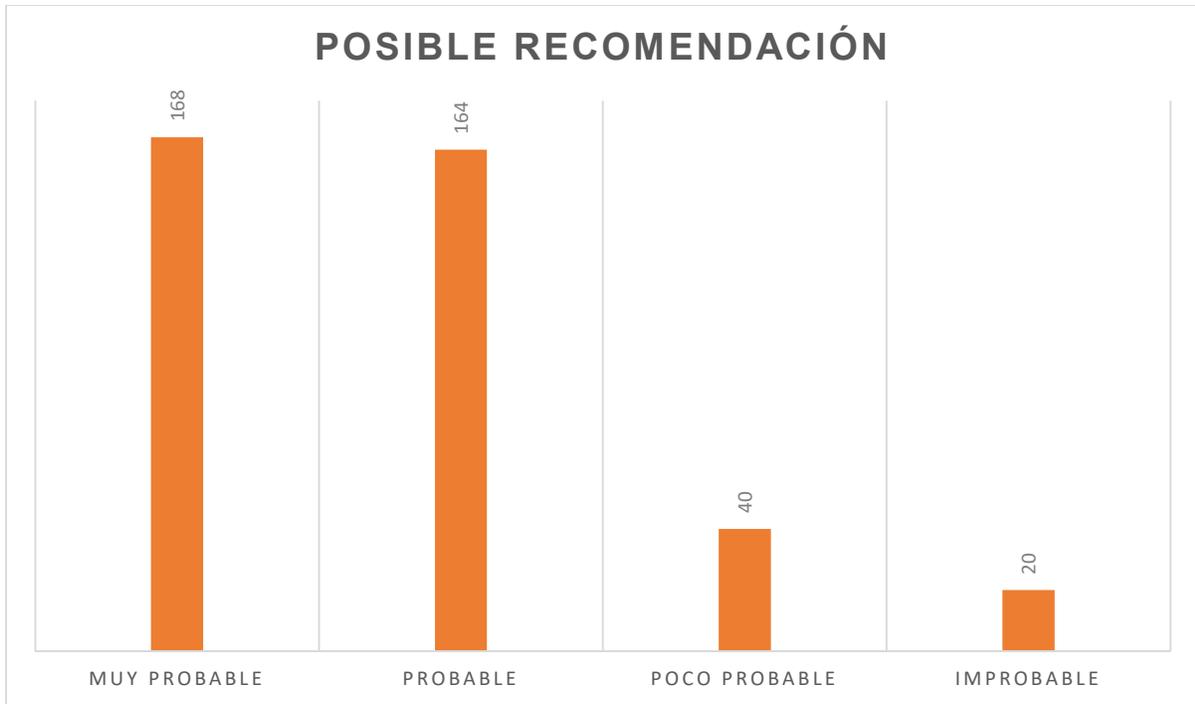
Esta pregunta nos permite conocer la posibilidad de recomendación del negocio de forma virtual por parte de la población en estudio que tenga una buena experiencia con el taller. En este caso un 85% de la población indica que es probable o muy probable que realicen una recomendación del emprendimiento a conocidos y familiares, posterior a una buena experiencia personal.

*Tabla 14 Posible Recomendación*

Muy Probable	168	43%
Probable	164	42%
Poco Probable	40	10%
Improbable	20	5%
TOTAL	392	100%

Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

*Gráfico 10 Posible Recomendación*



Fuente: *Elaboración Propia, 2023.*

### 11. ¿Qué tipo de ropa suele usar?

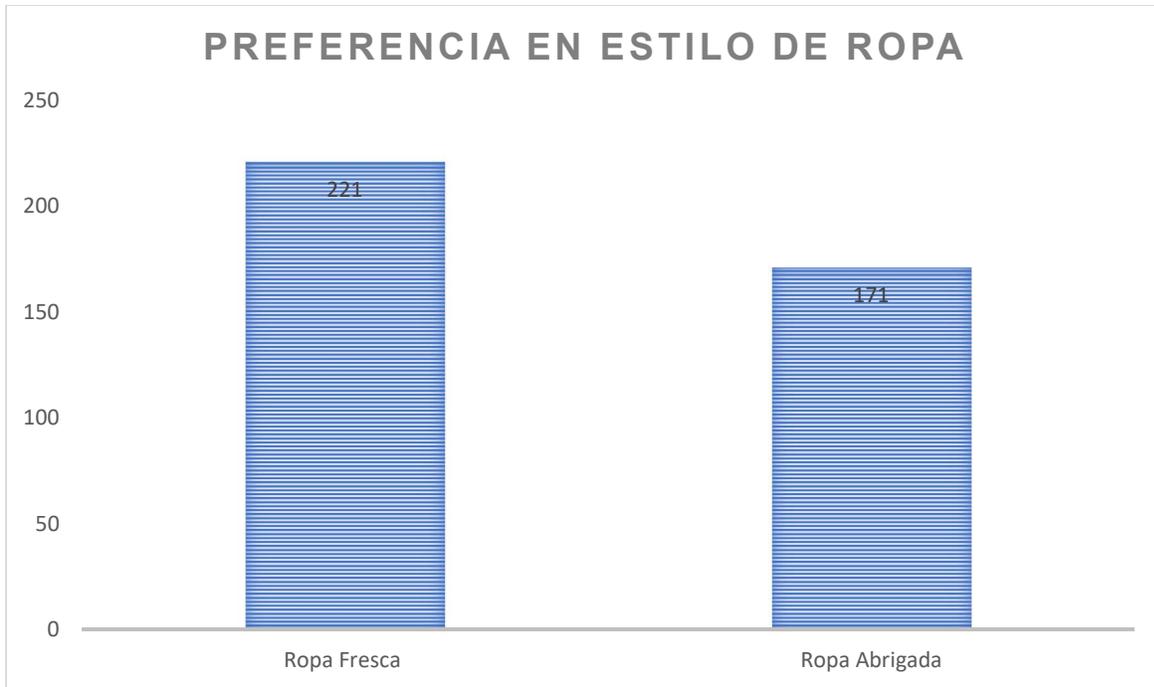
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a las preferencias de ropa a usar de los encuestados.

*Tabla 15 Preferencia en Estilo de ropa*

Ropa Fresca	221	56%
Ropa Abrigada	171	44%
<b>TOTAL</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

*Gráfico 11 Preferencia en Estilo de ropa*



*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

En este caso existe un porcentaje muy parecido para ambos estilos de ropa propuestos con un 56% ropa fresca y un 44% de ropa abrigada, por lo que en los modelos de productos propuestos para el emprendimiento se consideraran ambas opciones.

## 12. ¿Qué prenda compraría en el Taller de Nena para usted?

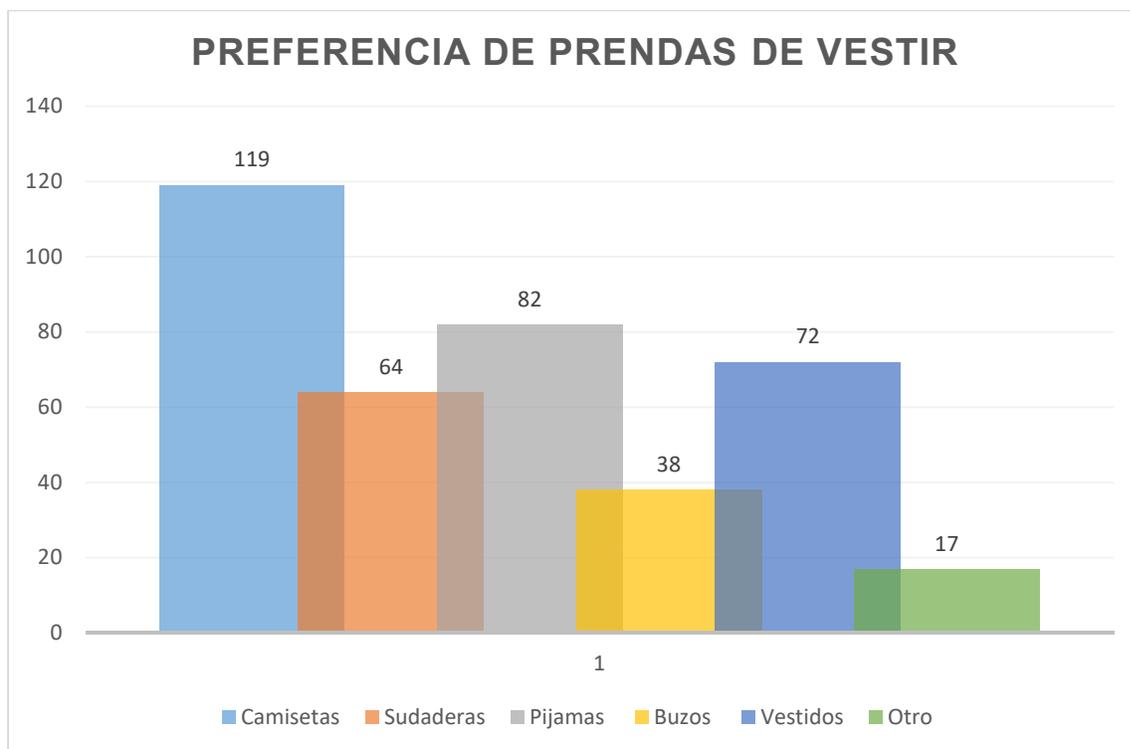
En esta pregunta se cuestionario se ponen a disposición del encuestado diferentes opciones de prendas a confeccionar por el taller de costura, que se encuentran dentro del conocimiento técnico de los propietarios y cumplen con ambos estilos propuestos en la pregunta anterior.

Tabla 16 Preferencia de Prendas de Vestir

Camisetas	119	30%
Sudaderas	64	16%
Pijamas	82	21%
Buzos	38	10%
Vestidos	72	18%
Otro	17	4%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 12 Preferencia de Prendas de Vestir



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Como se puede ver en la gráfica anterior, la prenda de mayor interés son las camisetas con un 30% de preferencia por la población estudiada, y el resto de las prendas propuestas tienen una aceptación bastante similar entre ellas. Siendo el segundo lugar de preferencia los pijamas de adulto, posteriormente los vestidos femeninos y las sudaderas para finalmente con un 16% de preferencia. Sin embargo, hay un 4% de la población que indica preferir otras prendas como enaguas, pantalones o sacos de vestir, pero dichas prendas no estarán disponibles en el taller hasta este momento de la investigación.

### 13. ¿Qué prendas compraría en el Taller de Nena de la línea infantil?

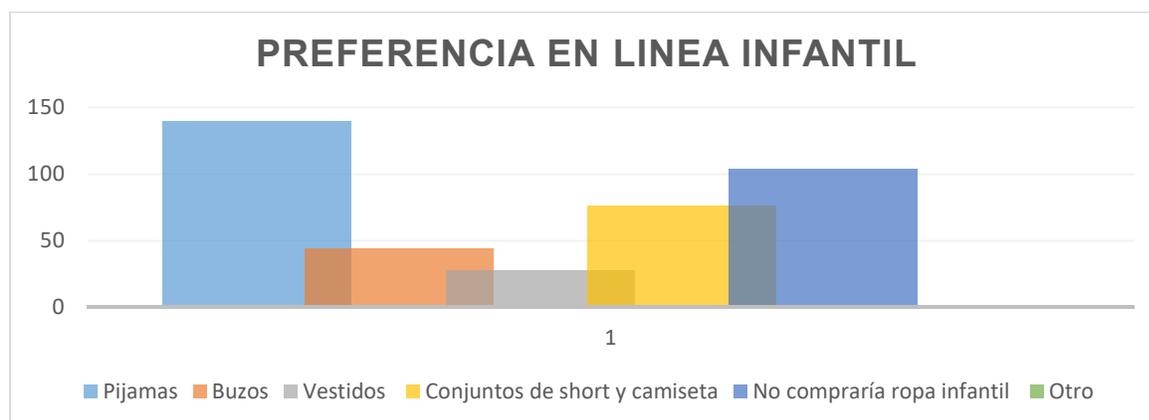
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al consumo de los productos para la línea infantil y como se puede observar en la tabla el producto con más aceptación son los pijamas infantiles con un 36% de preferencia, posterior a esto un 27% de la población coincide en que no consumiría productos de la línea infantil, esto se puede deducir naturalmente que no hay niños en su núcleo familiar por lo que esta es una línea de la que no tiene necesidad este segmento. Los conjuntos de Short y Camiseta reciben un 19% de apoyo y los buzos un 11% mientras que los vestidos apenas están con un 7% de preferencia, equivalente a 28 personas de 392 encuestadas.

*Tabla 17 Preferencia en línea infantil*

Pijamas	140	36%
Buzos	44	11%
Vestidos	28	7%
Conjuntos de short y camiseta	76	19%
No compraría ropa infantil	104	27%
Otro	0	0%
TOTAL	392	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2023.*

Gráfico 13 Preferencia en línea infantil



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

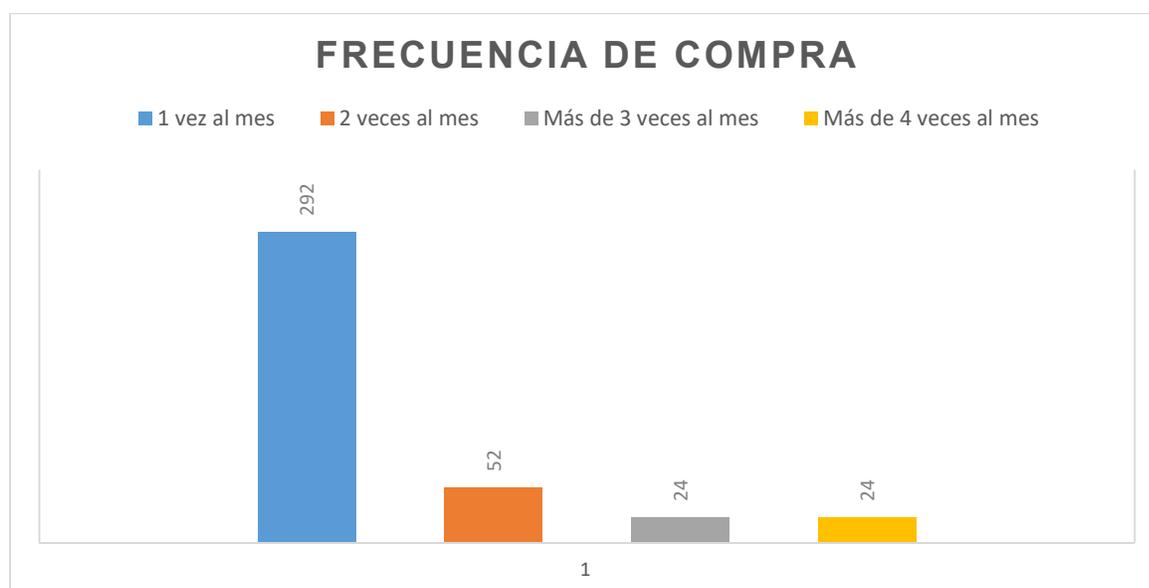
#### 14. ¿Qué tan frecuente compra prendas de vestir?

Tabla 18 Frecuencia de compra

1 vez al mes	292	74%
2 veces al mes	52	13%
Más de 3 veces al mes	24	6%
Más de 4 veces al mes	24	6%
<b>TOTAL</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 14 Frecuencia de compra



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

La tabla anterior resume los resultados obtenidos con respecto a la frecuencia de compra de la población en estudio, y detalla que el 74% de la población realizaría una compra al menos una vez al mes, esto equivale a 292 personas del total de las encuestadas, el 13% de la población indica que realizaría más de compras al mes y un 6% y 6% a más de 3 y 4 veces al mes.

### 15. ¿Qué método de pago utiliza para pagar sus compras?

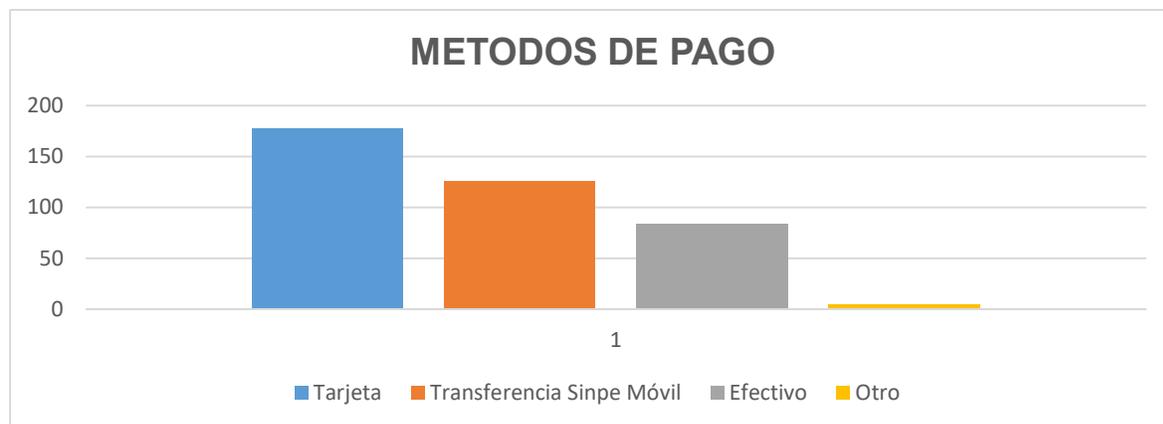
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a métodos de pago de preferencia de los consumidores para la compra de las prendas de vestir, un 45% prefieren pagos con tarjeta de débito o crédito y un 32% indica que transferencias sinpe móvil, mientras un 21% indican que en efectivo es su método de pago favorito y un 1% indican otros como paypal y transferencias interbancarias.

Tabla 19 Métodos de pago

Tarjeta	178	45%
Transferencia Sinpe Móvil	126	32%
Efectivo	84	21%
Otro	4	1%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 15 Métodos de pago



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 16. ¿Que considera más importante a la hora de realizar sus compras de prendas de vestir?

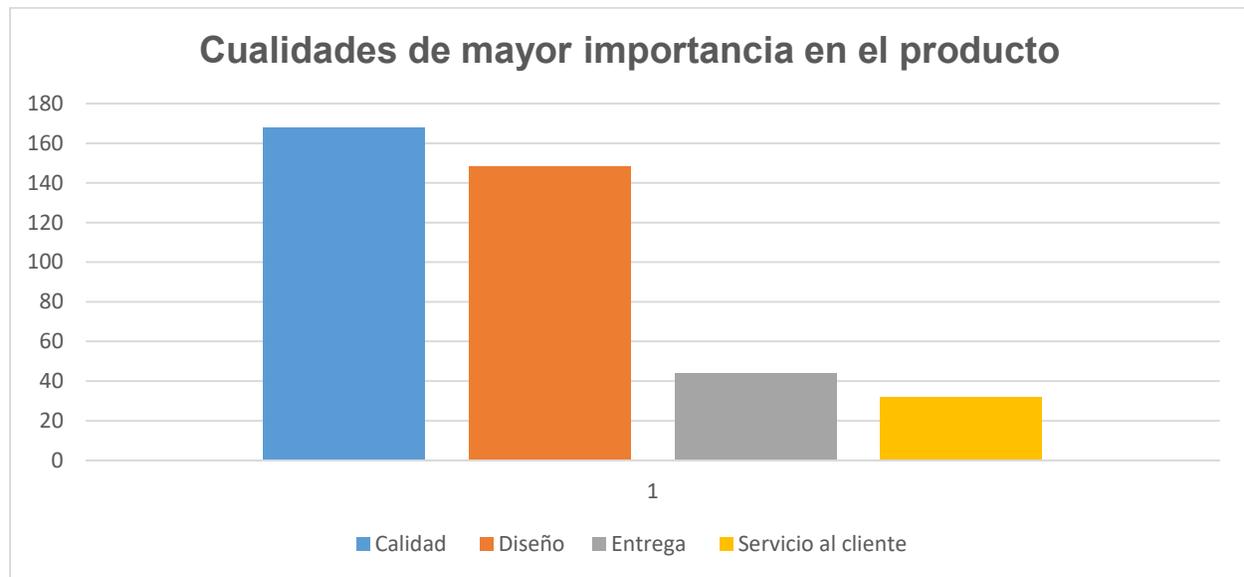
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto a los aspectos de mayor valor al tomar la decisión de compra por parte de los encuestados, y de esta forma nos revela que cualidades son las que se deben priorizar en el negocio para dar la mejor experiencia al cliente.

Tabla 20 Cualidades de mayor importancia en la decisión de compra

Calidad	168	43%
Diseño	148	38%
Entrega	44	11%
Servicio al cliente	32	8%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 16 Cualidades de mayor importancia en la decisión de compra



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

En este caso los encuestados dieron el primer lugar a la calidad del producto y segundo lugar al diseño dejando de tercer y cuarto lugar la entrega del producto y el servicio al cliente.

### 17. ¿Normalmente cuanto invierte al mes en la compra de prendas de vestir?

Con esta pregunta conocemos el nivel adquisitivo o el presupuesto que nuestra población en estudio puede destinar a las compras mensuales en prendas de vestir. Un 68% destinan hasta c20.000 colones mensuales a la compra de prendas de vestir y solo un 21% destinan hasta c35.000 colones al mes, de las 392 personas entrevistadas, solo 24 personas pueden destinar hasta c50.000 mensualmente para adquirir prenda de vestir nuevas y solo 16 personas destinan más de este último monto.

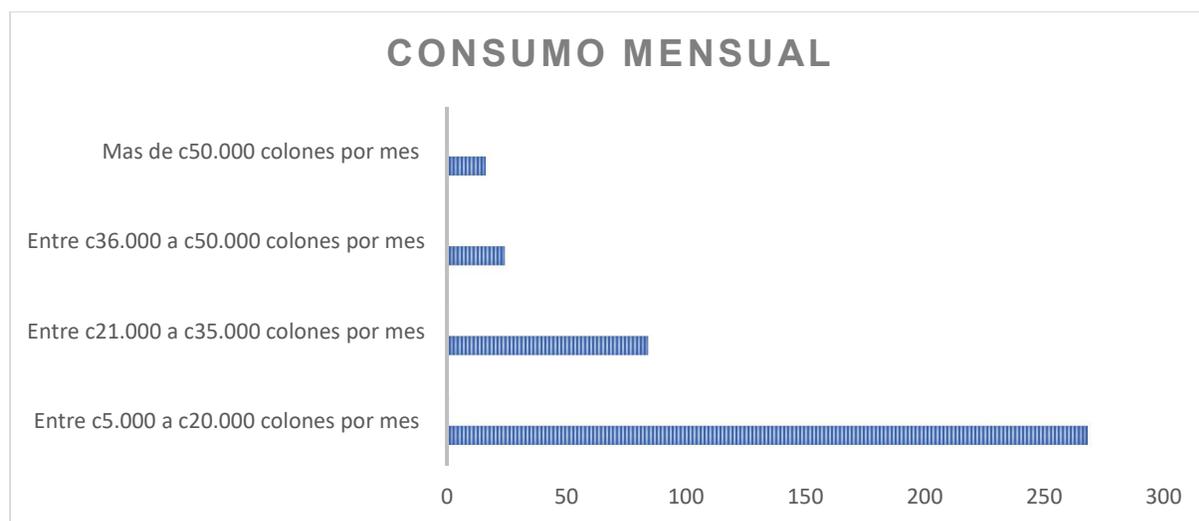
En este caso se logra identificar que la población en estudio posee los recursos para comprar los productos que se pondrán a su disposición en el mercado sin embargo si nivel adquisitivo es de clase medio por lo que la frecuencia de compra anteriormente revisando y en este caso, la inversión disponible para la compra de prendas de ropa mensualmente no es bajo pero tampoco es elevado.

Tabla 21 Presupuesto de consumo mensual

Entre c5.000 a c20.000 colones por mes	268	68%
Entre c21.000 a c35.000 colones por mes	84	21%
Entre c36.000 a c50.000 colones por mes	24	6%
Más de c50.000 colones por mes	16	4%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 17 Presupuesto de consumo mensual



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 18. ¿Cuánto pagaría por un conjunto de pijama de adulto?

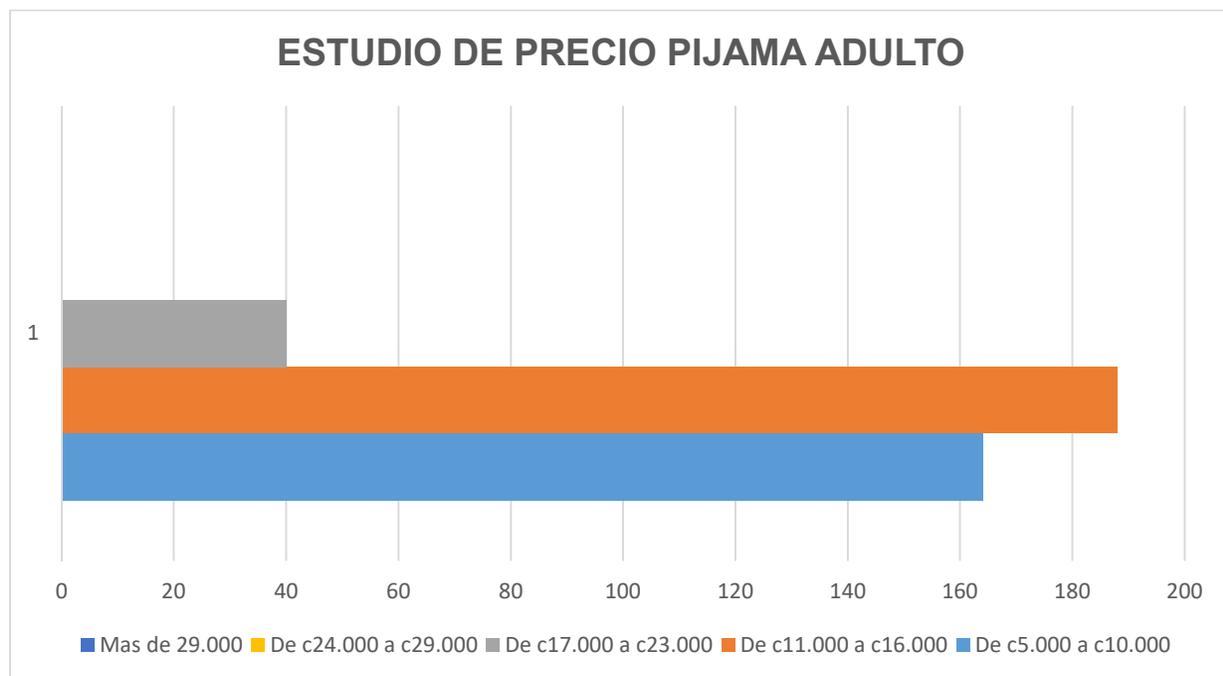
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los pijamas de adulto y el mayor grado de preferencia es de 48% para un rango de precio de c11.000 a c16.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 22 Disposición de precio a pagar para pijamas de adultos

De c5.000 a c10.000	164	42%
De c11.000 a c16.000	188	48%
De c17.000 a c23.000	40	10%
De c24.000 a c29.000	0	0%
Más de 29.000	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 18 Disposición de precio a pagar para pijamas de adultos



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 19. ¿Cuánto pagaría por un conjunto de buzo de adulto?

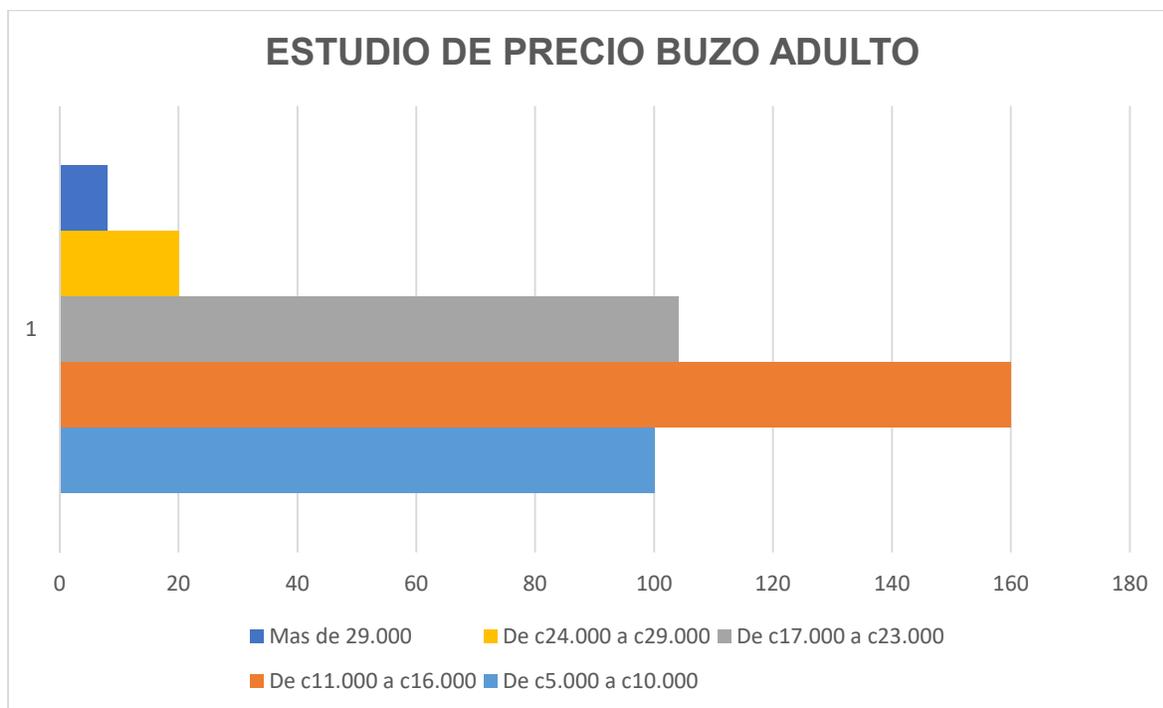
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los buzos de adulto y el mayor grado de preferencia es de 41% para un rango de precio de c11.000 a c16.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 23 Disposición de precio a pagar para buzos de adultos

De c5.000 a c10.000	100	26%
De c11.000 a c16.000	160	41%
De c17.000 a c23.000	104	27%
De c24.000 a c29.000	20	5%
Más de 29.000	8	2%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 19 Disposición de precio a pagar para buzos de adultos



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 20. ¿Cuánto pagaría por una sudadera?

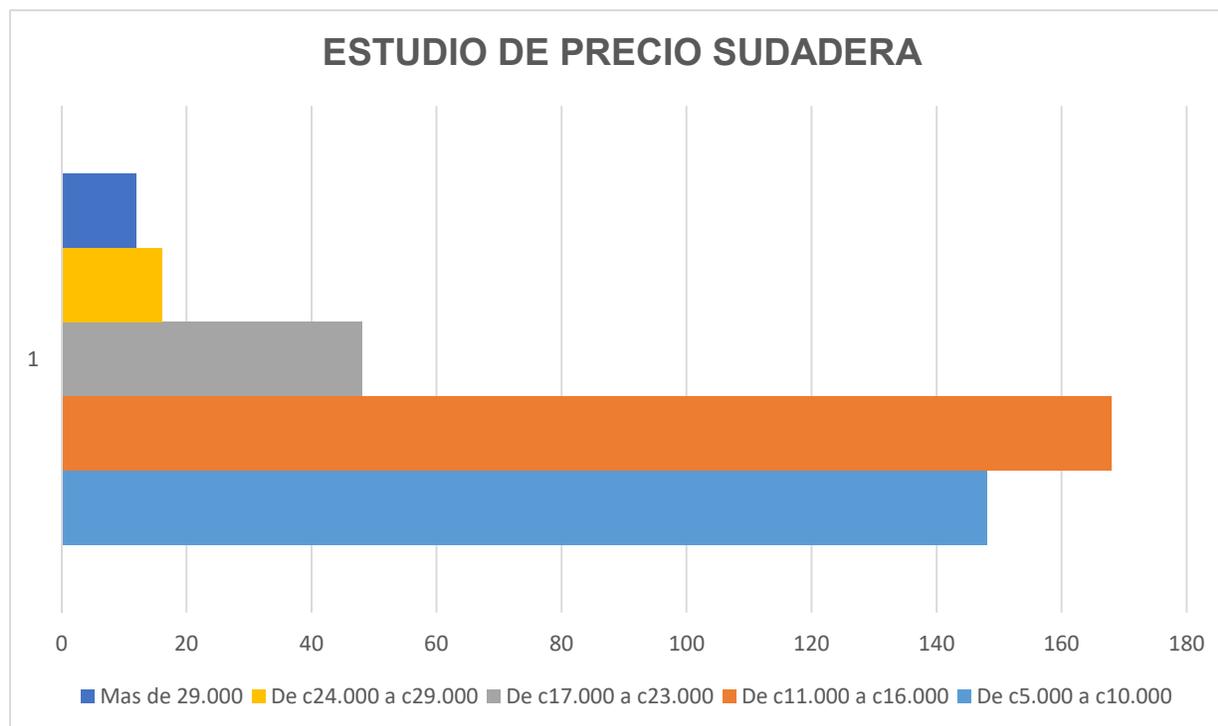
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para las sudaderas y el mayor grado de preferencia es de 43% para un rango de precio de c11.000 a c16.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 24 Disposición de precio a pagar para sudaderas

De c5.000 a c10.000	148	38%
De c11.000 a c16.000	168	43%
De c17.000 a c23.000	48	12%
De c24.000 a c29.000	16	4%
Más de 29.000	12	3%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 20 Disposición de precio a pagar para sudaderas



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 21. ¿Cuánto pagaría por una camiseta?

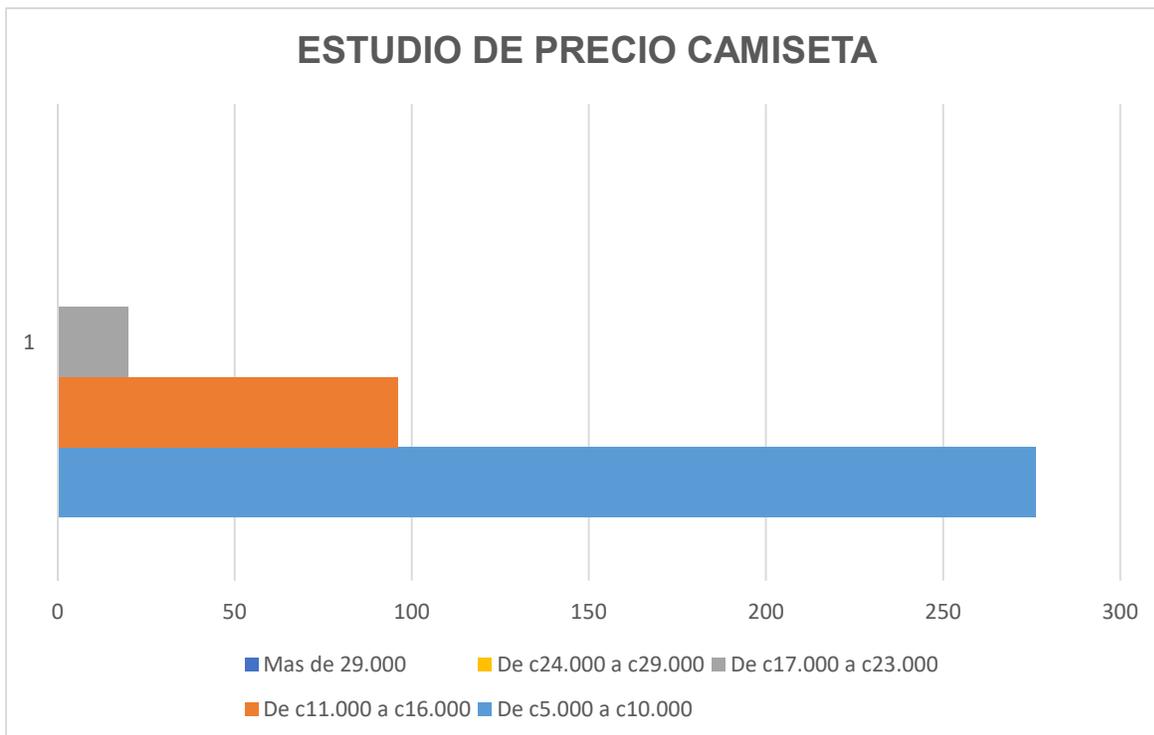
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para las camisetas y el mayor grado de preferencia es de 70% para un rango de precio de c5.000 a c10.000 y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 25 Disposición de precio a pagar para camisetas

De c5.000 a c10.000	276	70%
De c11.000 a c16.000	96	24%
De c17.000 a c23.000	20	5%
De c24.000 a c29.000	0	0%
Más de 29.000	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 21 Disposición de precio a pagar para camisetas



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 22. ¿Cuánto pagaría por un vestido?

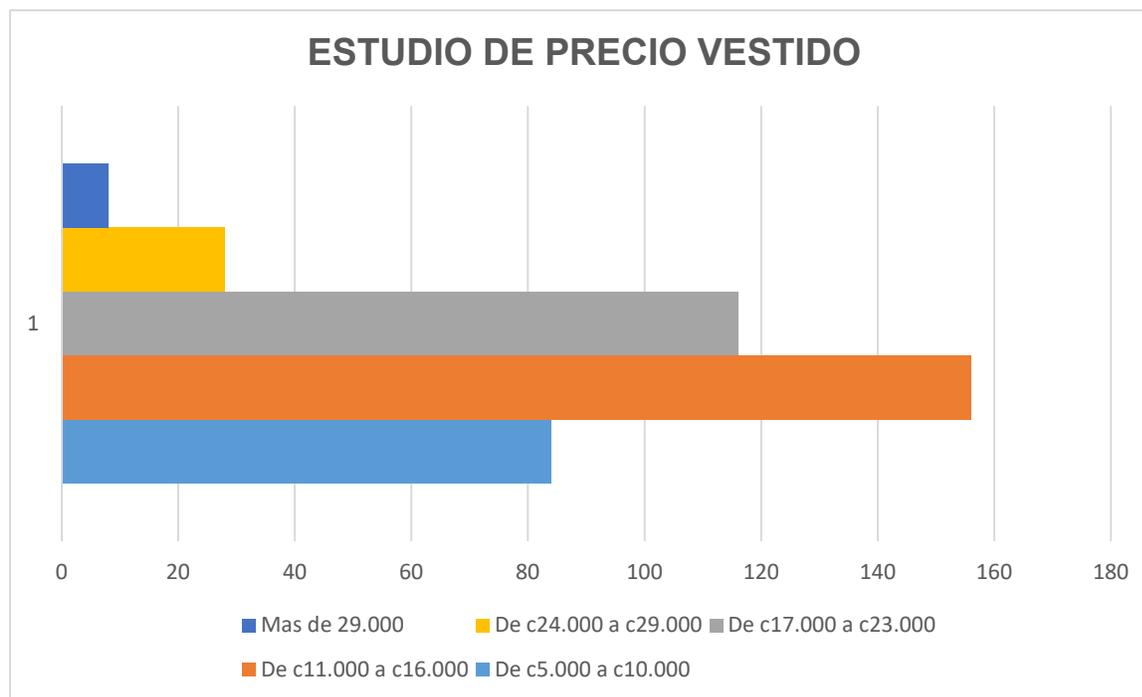
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los vestidos y el mayor grado de preferencia es de 40% para un rango de precio de c11.000 a c16.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 26 Disposición de precio a pagar para vestidos

De c5.000 a c10.000	84	21%
De c11.000 a c16.000	156	40%
De c17.000 a c23.000	116	30%
De c24.000 a c29.000	28	7%
Más de 29.000	8	2%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 22 Disposición de precio a pagar para vestidos



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

### 23. ¿Cuánto pagaría por un conjunto de pijama infantil?

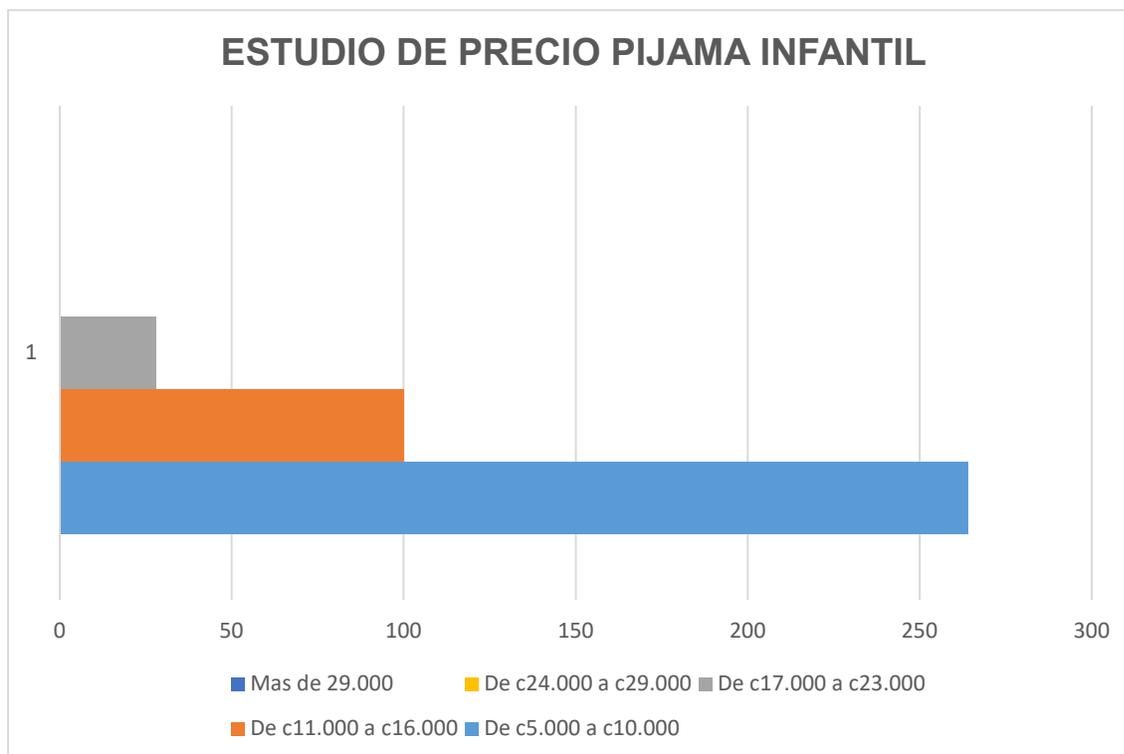
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los pijamas infantiles y el mayor grado de preferencia es de 67% para un rango de precio de c5.000 a c10.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 27 Disposición de precio a pagar para pijamas infantiles

De c5.000 a c10.000	264	67%
De c11.000 a c16.000	100	26%
De c17.000 a c23.000	28	7%
De c24.000 a c29.000	0	0%
Más de 29.000	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 23 Disposición de precio a pagar para pijamas infantiles



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 24. ¿Cuánto pagaría por un conjunto de buzo infantil?

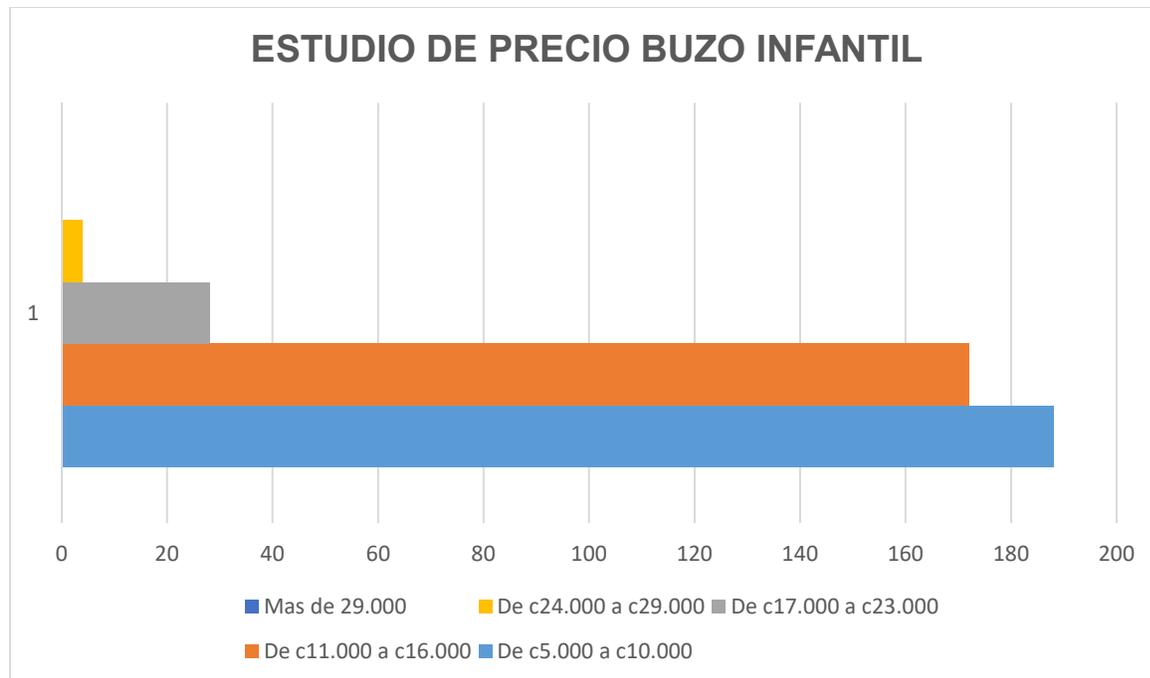
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los buzos infantiles y el mayor grado de preferencia es de 48% para un rango de precio de c5.000 a c10.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 28 Disposición de precio a pagar para buzos infantiles

De c5.000 a c10.000	188	48%
De c11.000 a c16.000	172	44%
De c17.000 a c23.000	28	7%
De c24.000 a c29.000	4	1%
Más de 29.000	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 24 Disposición de precio a pagar para buzos infantiles



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 25. ¿Cuánto pagaría por un conjunto de short y camiseta infantil?

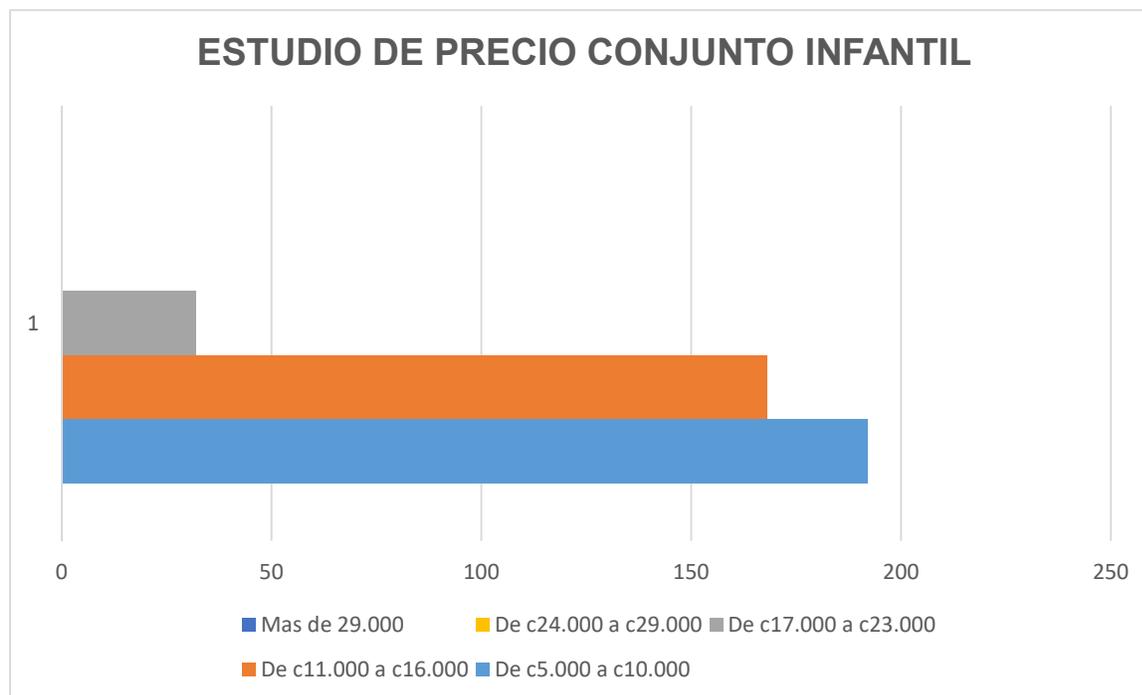
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los conjuntos infantiles y el mayor grado de preferencia es de 49% para un rango de precio de c5.000 a c10.000 y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 29 Disposición de precio a pagar para conjuntos infantiles

De c5.000 a c10.000	192	49%
De c11.000 a c16.000	168	43%
De c17.000 a c23.000	32	8%
De c24.000 a c29.000	0	0%
Más de 29.000	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 25 Disposición de precio a pagar para conjuntos infantiles



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## 26. ¿Cuánto pagaría por un vestido infantil?

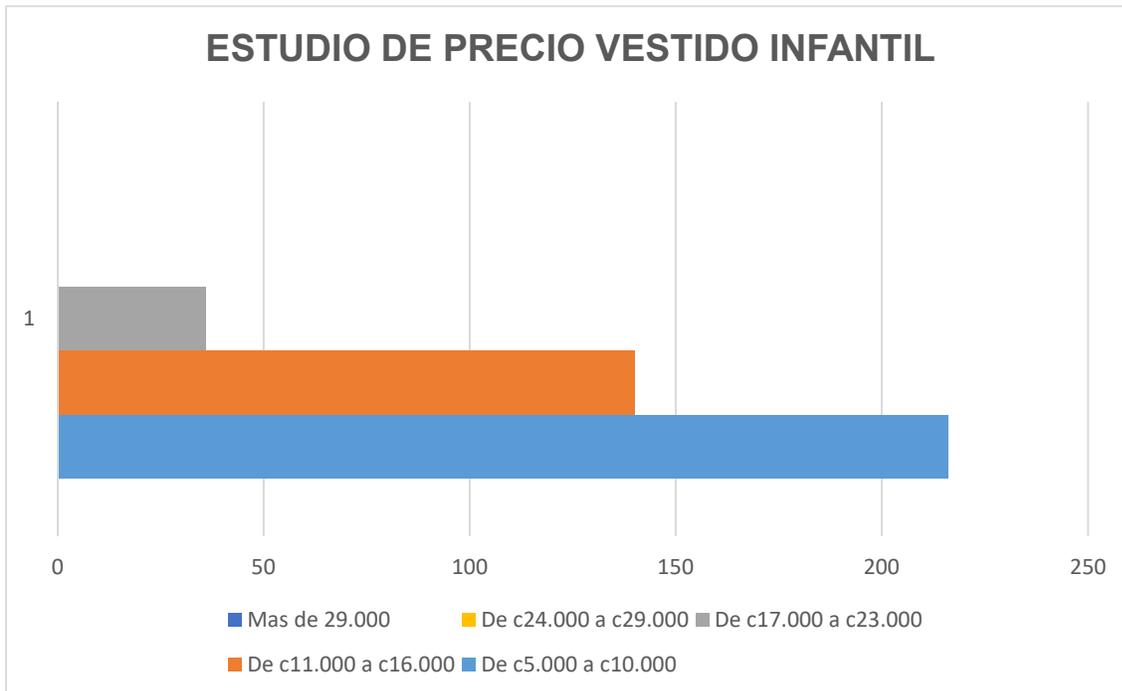
La siguiente tabla resume los resultados obtenidos con respecto al precio que está dispuesto el cliente a pagar específicamente para los vestidos infantiles y el mayor grado de preferencia es de 55% para un rango de precio de c5.000 a c10.000. y será el que se tome como referencia para definir el precio de esta prenda de vestir.

Tabla 30 Disposición de precio a pagar para vestidos infantiles

De c5.000 a c10.000	216	55%
De c11.000 a c16.000	140	36%
De c17.000 a c23.000	36	9%
De c24.000 a c29.000	0	0%
Más de 29.000	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico 26 Disposición de precio a pagar para vestidos infantiles



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## **4.3 RENTABILIDAD REAL DEL EMPRENDIMIENTO**

El desarrollo de esta sección es de gran importancia dado que busca conocer si es financieramente rentable poner en marcha el emprendimiento del Taller de Nena en el distrito de San Antonio de Coronado; esto con el análisis de la inversión inicial, los posibles beneficios que genere el negocio y los costos y gastos de ejecución del proyecto. Para proceder con la evaluación financiera se parte de poner en duda la rentabilidad del negocio.

Para construir la estructura del estudio financiero de es necesario definir algunos términos que se encuentran implícitas en el análisis financiero de cualquier tipo, estos conceptos ya fueron citados en el marco conceptual de la presente investigación, se procede únicamente con la identificación de los mismos según el giro del negocio, en este caso el taller de costura dedicado a la manufactura de prendas de vestir.

Para esta etapa es importante establecer que dentro de la inversión inicial no se cuenta únicamente con el flujo de efectivo, sino que como parte de esta inversión los propietarios del negocio ya cuentan en su patrimonio con los activos fijos de mayor valor para el desarrollo de la actividad, como lo son las instalaciones o espacio físico para el taller de costura y las máquinas de coser especializadas para la elaboración de las prendas de ropa anteriormente indicadas.

### **4.3.1 INGRESOS**

Proviene de la venta de las prendas de vestir. Según los datos recolectados en la encuesta se espera un volumen de ventas mensual de 4 150 000,00 colones debido a la cantidad de encuestados que indicaron que comprarían los productos en el taller.

En un escenario pesimista se considera únicamente el 50% del dato obtenido, es decir, 2 057 000,00 colones, y en un escenario optimista se consideraría el 100% del resultado de la

encuesta y en un escenario normal se consideraría un 75% como punto medio, este último equivale a 3 116 500,00. Se detalla una proyección de ventas según los datos anteriores.

A partir de las preguntas 12 y 13 aplicadas en el cuestionario de la encuesta se procede con las ponderaciones de la cantidad de encuestados que indican su preferencia de compra tanto en línea personal como infantil, para generar la proyección de unidades a vender considerando que efectivamente se genera esta venta de productos tanto en un escenario pesimista como en un escenario optimista.

*Tabla 31 Proyección de Ventas en Unidades Producidas*

		<b>Proyección de Ventas en Unidades Producidas</b>					
		<b>Escenario Pesimista</b>		<b>Escenario Normal</b>		<b>Escenario Optimista</b>	
55%	Pijamas Adulto	6%	25	9%	37	13%	49
216	Buzos Adulto	3%	11	4%	16	5%	21
	Vestidos	5%	21	8%	31	10%	41
	Camisetas	9%	35	13%	52	18%	69
	Sudaderas	5%	18	7%	27	9%	36
45%	Pijamas Infantil	11%	44	17%	65	22%	87
176	Buzos Infantil	3%	13	5%	19	7%	26
	Vestidos Infantil	2%	8	3%	13	4%	17
	Conjuntos Infantil	6%	23	9%	34	12%	46
		<b>51%</b>	<b>198</b>	<b>75%</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>	<b>392</b>

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

Para generar una proyección de ingresos de ventas se requiere además de las unidades proyectadas a vender, definir los precios de cada uno de los productos a incorporar en el mercado a través del emprendimiento del taller. Para definir los precios dentro de un rango atractivo para los clientes y rentable para el negocio se consideran los costos fijos y variables; que también se detallan en esta sección de la investigación, y los precios que los clientes están dispuestos a pagar para cada producto según la información recolectada en la encuesta y analizada en el punto anterior. A partir de estos datos se procede a definir los siguientes precios.

*Tabla 32 Precios por Producto*

<b>Precios por Producto</b>	
Pijamas Adulto	14 000,00
Buzos Adulto	16 000,00
Vestidos	15 000,00
Camisetas	8 500,00
Sudaderas	14 000,00
Pijamas Infantil	7 500,00
Buzos Infantil	10 000,00
Vestidos Infantil	7 000,00
Conjuntos Infantil	8 500,00

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

Considerando los datos obtenidos en los dos anteriores cuadros, con respecto al precio de las unidades a producir y la cantidad de estas, se ejecuta la generación de la proyección de ventas en términos de ingresos, tomando en cuenta los aspectos que impactan en el costo de ventas de la manufactura de estas prendas de vestir y los cuales se estarán detallando a mayor profundidad un par de puntos más adelante en la presente investigación.

Igual que en la proyección de ventas en unidades producidas, se genera una proyección para un escenario pesimista, un escenario considerado normal y uno optimista, según la cantidad de unidades esperadas en vender en cada uno de estos.

Tabla 33 Proyección de Ventas en Unidades Monetarias

Proyección de Ventas en Unidades Monetarias										
Escenario	Pij. Adul.	Buz. Adul.	Vestidos	Camiseta	Sudadera	Pij. Infan.	Buz. Infan.	Vest. Infan.	Con. Infan.	Totales
<b>Escenario Pesimista</b>										
Ventas Esperadas en Unidades	24,00	10,00	20,00	35,00	18,00	44,00	13,00	8,00	23,00	
Precio de Venta Unitario	14000,00	16000,00	15000,00	8500,00	14000,00	7500,00	10000,00	7000,00	8500,00	
<b>Total Ventas Proyect.</b>	<b>336000</b>	<b>160000</b>	<b>300000</b>	<b>297500</b>	<b>252000,00</b>	<b>330000</b>	<b>130000</b>	<b>56000</b>	<b>195500</b>	<b>2.057.000</b>
Costo de Ventas Unitario	7829,16	11329,16	4937,49	5737,49	7037,49	4083,33	6083,33	5183,33	5383,33	
Total Costo de Ventas Proyectado	187899,84	113291,60	98749,80	200812,15	126674,82	179666,52	79083,29	41466,64	123816,59	1151461,25
<b>Escenario Normal</b>										
Ventas Esperadas en Unidades	37,00	16,00	31,00	52,00	27,00	65,00	19,00	13,00	34,00	
Precio de Venta Unitario	14000,00	16000,00	15000,00	8500,00	14000,00	7500,00	10000,00	7000,00	8500,00	
<b>Total Ventas Proyect.</b>	<b>518000,00</b>	<b>256000,00</b>	<b>465000,00</b>	<b>442000,00</b>	<b>378000,00</b>	<b>487500,00</b>	<b>190000,00</b>	<b>91000,00</b>	<b>289000,00</b>	<b>3.116.500</b>
Costo de Ventas Unitario	7829,16	11329,16	4937,49	5737,49	7037,49	4083,33	6083,33	5183,33	5383,33	
Total Costo de Ventas proyectado	289678,92	181266,56	153062,19	298349,48	190012,23	265416,45	115583,27	67383,29	183033,22	1743785,61
<b>Escenario Optimista</b>										
Ventas Esperadas en Unidades	49,00	21,00	41,00	69,00	36,00	87,00	26,00	17,00	46,00	
Precio de Venta Unitario	14000,00	16000,00	15000,00	8500,00	14000,00	7500,00	10000,00	7000,00	8500,00	
<b>Total Ventas Proyect.</b>	<b>686000,00</b>	<b>336000,00</b>	<b>615000,00</b>	<b>586500,00</b>	<b>504000,00</b>	<b>652500,00</b>	<b>260000,00</b>	<b>119000,00</b>	<b>391000,00</b>	<b>4.150.000</b>
Costo de Ventas Unitario	7829,16	11329,16	4937,49	5737,49	7037,49	4083,33	6083,33	5183,33	5383,33	
Total Costo de Ventas Proyectado	383628,84	237912,36	202437,09	395886,81	253349,64	355249,71	158166,58	88116,61	247633,18	2322380,82

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

### 4.3.2 COSTOS FIJOS

Servicio de electricidad, servicio de internet y servicio de mensajería. Se consideran estos tres servicios ya que son los que impactan directamente en la elaboración y venta del producto. Como se indicó unos párrafos anteriores, ya se cuenta con el espacio físico para el desarrollo del taller, y dichas instalaciones ya cuentan con los servicios básicos afiliados, es decir que se posee el dato exacto de los costos fijos de internet y electricidad. Con respecto al servicio de mensajería personalizada para entregas el costo es fijo mensual también, por ende, se incluye en este rubro.

Tabla 34 Costos fijos

<b>Costos Fijos Totales</b>	
Servicio Eléctrico	₪40 000,00
Servicio de Internet	₪100 000,00
Servicio de Mensajería	₪100 000,00
<b>Total</b>	<b>₪240 000,00</b>

Fuente: *Elaboración Propia, 2023.*

### 4.3.3 COSTOS VARIABLES

Consideran la materia prima como la tela, los hilos, estampado, los botones, zippers, resortes y elásticos. Y el material de empaque, como las bolsas, etiquetas y envolturas. Y van a depender de la elaboración de cada producto.

También en este rubro se considera la mano de obra directa, ya que por el giro del negocio la maquila se contrata por servicios y se paga por horas trabajadas; es decir, no se considera un egreso fijo mensual como rubro de pago de salarios. Para determinar la mano de obra directa se verifica el salario mínimo de una costurera en la lista de salarios mínimos para el 2023 publicado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social en donde se indica un salario mínimo de c15.333,31 para desempeñar esta función, pero claramente este salario esta fuera de

competencia, por lo que para esta investigación se procede a sugerir y trabajar con un salario de c280.000 mensuales con una jornada de 48 horas semanales; es decir, 192 horas al mes. Esta proyección es estrictamente para calcular el costo de la mano de obra por producto. En este escenario cada hora laborada tendría un costo de c1.458,33 y con este dato se puede realizar el cálculo de costo unitario de mano de obra en cada prenda con el siguiente cuadro.

*Tabla 35 Mano de Obra por Producto*

<b>Prenda</b>	<b>Horas de Mano de Obra</b>	<b>Costo de Mano de Obra</b>
<b>Pijama Adulto</b>	0.50	729,16
<b>Buzo Adulto</b>	0.50	729,16
<b>Sudadera</b>	0.30	437,49
<b>Camiseta</b>	0.30	437,49
<b>Vestidos</b>	0.30	437,49
<b>Pijama Infantil</b>	0.40	583,33
<b>Buzo Infantil</b>	0.40	583,33
<b>Conjunto Infantil</b>	0.40	583,33
<b>Vestido Infantil</b>	0.40	583,33

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

A continuación se presenta un cuadro guía de los costos variables y su valor aproximado por tipo de prenda según el criterio experto del emprendedor con experiencia en la elaboración de estas prendas el costo de mano de obra calculado anteriormente.

Tabla 36 Costos Variables de Materia Prima y Mano de Obra directa

<b>Prenda</b>	<b>Tela</b>	<b>Estam pado</b>	<b>Acces orios</b>	<b>Elást icos</b>	<b>Emp aque</b>	<b>Materi a prima</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costo Variable Total</b>
<b>Pijama Adulto</b>	5.000	1.500	0	300	300	7.100	729.16	7.829,16
<b>Buzo Adulto</b>	8.000	1.500	500	300	300	10.600	729.16	11.329,16
<b>Sudadera</b>	4.000	1.500	500	300	300	6.600	437.49	7.037,49
<b>Camiseta</b>	3.500	1.500	0	0	300	5.300	437.49	5.737,49
<b>Vestidos</b>	3.500	0	500	200	300	4.500	437.49	4.937,49
<b>Pijama Infantil</b>	2.000	1.000	0	200	300	3.500	583.33	4.083,33
<b>Buzo Infantil</b>	3.500	1.000	500	200	300	5.500	583.33	6.083,33
<b>Conjunto Infantil</b>	3.000	1.000	300	200	300	4.800	583.33	5.383,33
<b>Vestido Infantil</b>	2.500	1.000	600	200	300	4.600	583.33	5.183,33

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

#### 4.3.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

En este rubro se consideran a papelería, promocionales, tarjetas de presentación, etc y un salario administrativo, se detalla en el siguiente cuadro al distribución. Para este gasto se determinará presupuesto de 25.000 colones mensuales.

Tabla 37 Gastos Administrativos

Gasto Papelería	25 000,00
Gasto Salario Admi	300 000,00

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

### 4.3.5 DEPRECIACIONES

De las instalaciones físicas del taller y las máquinas de coser. Para la creación del emprendimiento la depreciación de los activos va depender del uso, tránsito y mantenimiento de los mismos. En este caso con respecto a las máquinas de coser con el buen asesoramiento de técnicos la vida útil ronda los 15 años y para el edificio es de 40 años según la regulación contable vigente.

Tabla 38 Depreciación Edificio

<b>Valor del Activo</b>	<b>25.000.000</b>
<b>Vida Útil</b>	40
<b>Depreciación Anual</b>	625.000
<b>Depreciación Mensual</b>	52.083,33

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Tabla 39 Depreciación Máquinas de Coser

<b>Valor del Activo</b>	<b>1.800.000</b>
<b>Vida Útil</b>	15
<b>Depreciación Anual</b>	120.000
<b>Depreciación Mensual</b>	10.000

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

### 4.3.6 INVERSIÓN INICIAL

Para el cálculo de la inversión inicial se consideran las instalaciones en las que se llevara a cabo el negocio, la maquinaria necesaria para la elaboración de las prendas de vestir, la materia

prima inicial para la manufactura de los productos, el flujo de efectivo requerido para el desarrollo de la actividad. Como se indicó al principio de esta sección, los propietarios del negocio ya poseen los Activos Fijos de las instalaciones y la maquinaria.

*Tabla 40 Inversión Inicial*

	<b>2023</b>
<b>Costo de los Activos</b>	
<b>Edificio</b>	25 000 000,00
<b>Maquinaria</b>	1 800 000,00
<b>Materia Prima</b>	700 000,00
<b>Efectivo</b>	1 500 000,00
<b>Total</b>	<b>29 000 000,00</b>

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

### **4.3.7 PUNTO DE EQUILIBRIO**

Para el desarrollo del cálculo del punto de equilibrio a tomar como base los datos obtenidos y cálculos para un escenario “Normal” según lo ingresos y costos de ventas proyectados en los puntos anteriores en esta sección para determinar cuántas unidades se deben producir para alcanzar el punto de equilibrio del negocio.

Como primer aspecto es necesario detallar las nomenclaturas a usar en el desarrollo de este cálculo para una mejor comprensión de procedimiento que se llevara a cabo.

*Tabla 41 Nomenclatura Punto de Equilibrio*

Términos Importantes	
	Precio de Venta
<b>PVUP</b>	Ponderado
<b>CVUP</b>	Costo de Venta Ponderado
<b>UM</b>	Unidades Monetarias
<b>UP</b>	Unidades Producidas
<b>PE</b>	Punto de Equilibrio
<b>PV</b>	Precio de Venta
<b>CF</b>	Costos Fijos
<b>CVU</b>	Costo Variable Unitario

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

Para proceder a iniciar el cálculo se debe contar con datos como el margen de contribución, precio de venta de cada prenda, proyección de venta de cada prenda, costo variable unitario, distribución de costos fijos según la proyección de venta, etc. Algunos de estos datos ya se generaron en puntos anteriores, otros deben de calcularse en este momento, por ello a continuación se procede con la siguiente tabla recopilación de datos existentes y cálculo de los nuevos para poder continuar a calcular el punto de equilibrio.



El punto de equilibrio en unidades monetarias (dinero) en el caso del Taller de Nena es de ¢535.517,87, es decir que se deben vender ¢535 517,87 para cubrir todos los costos de la operación y producción; esto sin considerar gastos administrativos ya que no están contemplados dentro de los costos fijos que impactan directamente la producción de las prendas de vestir, en este punto; al alcanzar los ¢535 517,87 de ingresos, se alcanza a cumplir con las obligaciones de la producción al 100% neteando los ingresos vs los costos, es decir, sin utilidades a favor para un próximo periodo.

Contando con el punto de equilibrio en términos monetarios, solo nos queda por definir el punto de equilibrio en términos productivos, es decir la cantidad de unidades que se requieren producir para netear los costos de esta producción contra el ingreso de la venta de estas prendas producidas. A continuación, se presenta el cuadro de cálculo del punto de equilibrio de unidades a producir.

Tabla 44 Punto de equilibrio en Unidades Productivas

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES PRODUCIDAS</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢31 200,00}}{\text{¢6 170,84}} = \mathbf{5,06}$
<b>Pijama Adulto</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢12 000,00}}{\text{¢6 670,84}} = \mathbf{1,80}$
<b>Buzo Adulto</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢26 400,00}}{\text{¢10 062,51}} = \mathbf{2,62}$
<b>Vestidos</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢43 200,00}}{\text{¢2 762,51}} = \mathbf{15,64}$
<b>Camisetas</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢21 600,00}}{\text{¢6 962,51}} = \mathbf{3,10}$
<b>Sudaderas</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢52 800,00}}{\text{¢3 416,67}} = \mathbf{15,45}$
<b>Pijama Infantil</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢14 400,00}}{\text{¢3 916,67}} = \mathbf{3,68}$
<b>Buzo Infantil</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢9 600,00}}{\text{¢1 816,67}} = \mathbf{5,28}$
<b>Vestido Infantil</b>			
<b>PE=</b>	$\frac{\text{CF X}}{\text{PV X-CVU X}}$	=	$\frac{\text{¢28 800,00}}{\text{¢3 116,67}} = \mathbf{9,24}$
<b>Conjunto Infantil</b>			

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

El cuadro anterior muestra los puntos de equilibrio en unidades producidas por cada producto puesto a la venta, es decir por cada tipo de prenda a producir. Se lee de la siguiente forma:

- Se deben producir **5,06** unidades de pijamas de adulto para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas, a partir de la prenda **5,07** ya existe ganancia para esta prenda. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **6** unidades.
- Se deben producir **1,80** unidades de buzos de adulto para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas. A partir de la prenda **1,81** ya existe ganancia para este producto. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **2** unidades.
- Se deben producir **2,62** unidades de vestidos para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas. A partir de la prenda **2,63** ya existe ganancia para este producto. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **3** unidades.
- Se deben producir **15,64** unidades de camiseta para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas. A partir de la prenda **15,65** ya existe ganancia para este producto. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **16** unidades
- Se deben producir **3,10** unidades de sudaderas para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas. A partir de la prenda **3,11** ya existe ganancia para este producto. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **4** unidades
- Se deben producir **15,45** unidades de pijamas infantil para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas, a partir de la prenda **15,46** ya existe

ganancia para esta prenda. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **16** unidades.

- Se deben producir **3,68** unidades de buzos infantil para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas, a partir de la prenda **3,69** ya existe ganancia para esta prenda. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **4** unidades.
- Se deben producir **5,28** unidades de vestidos infantil para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas. A partir de la prenda **5,29** ya existe ganancia para este producto. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **6** unidades.
- Se deben producir **9,24** unidades de conjunto infantil para cubrir los costos variables y fijos de producción de estas. A partir de la prenda **9,25** ya existe ganancia para este producto. Esta interpretación es textual, sin embargo, al hablar de unidades de producción se debe redondear a **10** unidades.

Contando ya con los resultados de los puntos de equilibrio individuales para cada producto, se procede a calcular el punto de equilibrio general de producción con la aplicación de la siguiente fórmula.

$$PE = PE \text{ Pijama Adulto} + PE \text{ Buzo Adulto} + PE \text{ Vestidos} + PE \text{ Camisetas} + PE \text{ Sudaderas} + PE \text{ Pijama Infantil} + PE \text{ Buzo Infantil} + PE \text{ Vestidos Infantil} + PE \text{ Conjunto Infantil}$$

$$PE = 5,06 \quad 1,80 \quad 2,62 \quad 15,64 \quad 3,10 \quad 15,45 \quad 3,68 \quad 5,28 \quad 9,24$$

$$PE = \quad \mathbf{61,87}$$

Según el resultado a la ecuación anterior, en términos generales, El Taller de Nena debe de producir un total de 62 unidades mensuales para cubrir la totalidad de sus costos fijos y

variables de producción, a partir de la unidad 38 estaría percibiendo utilidades. Esto considerando la distribución de la Tabla 39 Punto de equilibrio en Unidades Productivas, ya que cada prenda tiene un margen de contribución, costo y precio diferente, por ello se genera la data individual por producto y posteriormente se generaliza.

#### **4.3.8 FLUJO DE EFECTIVO**

En este caso al tratarse la investigación de la creación de un emprendimiento no se tiene historial base de estados financieros u otros para proyectar el flujo de caja, por lo que se tomara como base la proyección de ventas y los gastos estimados en los puntos anteriores de la investigación. Se trabajará con la misma información para todos los meses y únicamente serán diferentes los periodos estipulados en los siguientes supuestos.

##### **Supuestos:**

- Se considera Agosto Noviembre y Diciembre meses de temporada Alta, por el día de la madre en agosto y la temporada navideña que inicia en noviembre
- Se consideran enero y febrero meses de temporada Baja, por la recesión económica que viene posterior a la temporada navideña
- Para lo meses de temporada alta se considera un crecimiento en ventas del 5% de un mes a otro
- Para los meses de temporada baja se considera un decrecimiento del 10% enero y 5% febrero

Se procede a presentar flujo de caja proyectado anual a largo plazo para medir la recuperación de la inversión total conforme transcurra el tiempo con el negocio en marcha.

Tabla 45 Flujo de Efectivo Proyectado Anual

**El Taller de Nena**  
**Flujo de Caja Proyectado Anual**

Mes	AÑO 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión Inicial</b>	<b>-29 000 000,00</b>					
<b>Saldo Inicial</b>	<b>1 500 000,00</b>		<b>903,03</b>	<b>777,93</b>	<b>273,27</b>	<b>648,78</b>
<b>Ingresos</b>						
		37 569	40 060	42 716	45 548	48 568
Ingresos por ventas		407,50	259,22	254,40	342,07	197,15
		<b>21 021</b>	<b>22 415</b>	<b>23 901</b>	<b>25 485</b>	<b>27 175</b>
Costo de ventas		<b>335,53</b>	<b>050,07</b>	<b>167,89</b>	<b>815,33</b>	<b>524,88</b>
		16 548	17 645	18 815	20 062	21 392
Ingresos Netos		071,97	209,14	086,51	526,74	672,27
		<b>16 548</b>	<b>17 645</b>	<b>18 815</b>	<b>20 062</b>	<b>21 392</b>
		<b>071,97</b>	<b>209,14</b>	<b>086,51</b>	<b>526,74</b>	<b>672,27</b>
<b>Egresos</b>						
Gasto Internet		482 100,00	514 063,23	548 145,62	584 487,68	623 239,21
Gasto Electricidad				1 370	1 461	1 558
Taller		1 205 500,00	1 285 424,65	648,30	522,29	421,21
Gasto Publicidad		301 375,00	321 356,16	342 662,08	365 380,57	389 605,30
				4 093	4 364	4 653
Gasto Salario Admi		3 600 000,00	3 838 680,00	184,48	562,62	933,12
				1 364	1 454	1 551
Gasto de Mensajería		1 200 000,00	1 279 560,00	394,83	854,21	311,04
				7 719	8 230	8 776
Total Egresos		6 788 975,00	7 239 084,04	035,31	807,36	509,88
			<b>10 406</b>	<b>11 096</b>	<b>11 831</b>	<b>12 616</b>
<b>UAI</b>	<b>9 759 096,97</b>		<b>125,10</b>	<b>051,19</b>	<b>719,39</b>	<b>162,38</b>
					1 241	1 398
Impuestos		0,00	0,00	0,00	343,88	232,48
			<b>10 406</b>	<b>11 096</b>	<b>10 590</b>	<b>11 217</b>
<b>UDI</b>	<b>9 759 096,97</b>		<b>125,10</b>	<b>051,19</b>	<b>375,51</b>	<b>929,91</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>		<b>-19 240</b>	<b>-8 834</b>	<b>2 261</b>	<b>12 851</b>	<b>24 069</b>
		<b>903,03</b>	<b>777,93</b>	<b>273,27</b>	<b>648,78</b>	<b>578,69</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Para la proyección anual el crecimiento es del 6,63% en base a la tasa de interés básica pasiva actualmente publicada en el Banco Central de Costa Rica, que es la rentabilidad que se

espera para los propietarios del emprendimiento. Y como se puede visualizar en la tabla anterior se espera un flujo de efectivo de aproximadamente 10 millones en promedio al año.

No se considera el rubro de impuestos hasta el año 4 ya que como parte de los beneficios de las pymes inscritas al Ministerio de Economía, Industria y Comercio frente al Ministerio de Hacienda hay exoneración de impuestos los primeros 3 años de operación de la pequeña empresa.

Como se desglosa en los saldos acumulados, la inversión se vendría recuperando a partir del año 3 dejando incluso un flujo positivo de 2.261.273,27 colones para ese año.

#### 4.3.9 VAN - TIR

Para este procedimiento el primer paso fue calcular la tasa de descuento bajo la siguiente fórmula:  $D=i/(1+i)$ . Definiendo la tasa de descuento en un 6,22% en base a la tasa de interés usada para la proyección de los flujos de efectivo. Posterior a contar con este dato se elabora un cuadro resumido de flujos de efectivos anuales brindados en la tabla 41.

Tabla 46 Resumen de Flujos de Efectivo

<b>PERIODO</b>	<b>Flujo de Fondos</b>
AÑO 0	- 29 000 000,00
AÑO 1	9 759 096,97
AÑO 2	10 406 125,10
AÑO 3	11 096 051,19
AÑO 4	10 590 375,51
AÑO 5	11 217 929,91

Fuente: *Elaboración Propia, 2023.*

El **Valor Actual Neto - VAN** de un proyecto indica la ganancia del proyecto a futuro, pero a valor actual del dinero, es decir si, si esa ganancia se percibiera el día de hoy. Y la **Tasa Interna de Retorno – TIR** indica cuantas veces se está ganando lo invertido inicialmente. El cálculo de ambas se genera a partir de la aplicación de las fórmulas previamente definidas en el Marco

Conceptual en la sección de Estudio Financiero, de forma automatizada en una hoja de cálculo de Excel y se obtienen los siguientes resultados.

Tabla 47 Resultados VAN – TIR

TIR	23,62%
VAN	15 287 676,16

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Según los resultados obtenidos se determina.

- El emprendimiento del Taller de Nena es viable y rentable, ya que según la TIR el proyecto estaría generando una rentabilidad de un **23,62%** sobre la inversión inicial, este dato es mayor a la rentabilidad esperada del proyecto.
- La proyección de flujo de efectivo a futuro, traídas a valor presente con el VAN indican que el emprendimiento del Taller de Nena es viable y rentable más allá de la devaluación natural del dinero, es decir, que genera flujos inclusiva para compensar esta acción devaluativa axiomática del efectivo.

#### **4.3.10 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN PRI**

En el Caso del **Periodo de Recuperación de la Inversión – PRI**, este se puede incluso generar con la simple visualización de los flujos proyectados de caja, determinando que dentro del año 3 se estaría alcanzando el monto invertido, sin embargo, para un dato más exacto se procede con el cálculo numérico. Para ello se requiere el detalle de flujo de efectivos anuales de la tabla 41, incluyendo el saldo acumulado, a partir de esta información se obtiene la siguiente data.

Tabla 48 Resumen Flujos de Efectivos Acumulados

<b>PERIODO</b>	<b>Flujo de Fondos</b>	<b>Acumulado</b>
AÑO 0	- 29 000 000,00	
AÑO 1	9 759 096,97	9 759 096,97
AÑO 2	10 406 125,10	20 165 222,07
AÑO 3	11 096 051,19	31 261 273,27
AÑO 4	10 590 375,51	41 851 648,78
AÑO 5	11 217 929,91	53 069 578,69

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

La fórmula para usar para encontrar el valor del PRI es la siguiente:

**PRI**=Año anterior a la recuperación+ ((Inversión inicial-Flujo acumulado del año anterior de recuperación) /flujo del año de recuperación).

$$\text{PRI} = 2 + ((29000000 - 20165222,07) / 11096051,19)$$

$$\text{PRI} = 2,80$$

El resultado anterior indica que el tiempo exacto que se tardara para llegar a la recuperación de la inversión del negocio es de 2.80 años, es decir, dos años y nueve meses y medio aproximadamente.

### 4.3.11 INDICE DE RENTABILIDAD – IR

Para el cálculo del índice de rentabilidad se traen los flujos de efectivo proyectados a valor actual neto y se divide entre la inversión inicial, como lo describe la siguiente formula:  $IR = VAN / Inversión Inicial$ . Únicamente se aceptan los casos en los que el índice de rentabilidad sea mayor a 1, menor a uno quieren decir que no hay rentabilidad en el proyecto.

El cálculo se ejecuta de forma automatizada en una hoja de cálculo de Excel, en donde se ingresa la fórmula del VAN, anteriormente vista, y se divide por la inversión inicial, obteniendo el siguiente resultado: 

IR	1,53
----	------

Determinando que por cada colon invertido se está generando 1.53 colones de ganancia, por lo que el emprendimiento es viable y genera una rentabilidad favorable para sus propietarios.

### 4.3.12 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Como análisis adicional del proyecto se genera el análisis de sensibilidad, el cual consiste en determinar variables financieras de rentabilidad en diferentes escenarios económicos. Para el desarrollo de este análisis estos escenarios fueron determinados en la sección de ingresos del presente capítulo, específicamente en la tabla de proyección de ventas en unidades monetarias, en donde se visualiza la proyección de ventas y su debido costo de ventas en un escenario “normal” considerando únicamente el 70% de la información recolectada y siendo este el dato utilizado como base para el desarrollo de la viabilidad financiera del emprendimiento. Pero también se muestra la proyección de ventas y su debido costo de ventas en un escenario pesimista, es decir, donde solo son consideradas el 50% de las ventas proyectadas y un escenario optimista que considera el 100% de las ventas proyectadas. Estos datos afectan directamente el resultado del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de la Inversión y el Índice de la Rentabilidad.

La importancia de este análisis radica que al ser un negocio que obtiene su ingreso directo de las ventas, la posibilidad de fluctuación de las mismas es muy alta por lo que se deben prever todos los escenarios.

Favor para detallar la diferencia de ingresos entre un escenario y otro dirigirse a la tabla de Proyección de Ventas en Unidades Monetarias.

A continuación, se muestra a detalle el resultado de cada uno de los indicadores usados en la presente investigación para determinar la viabilidad del proyecto en cada uno de los escenarios planteados en el inicio de este apartado.

*Tabla 49 Indicadores de Sensibilidad financiera*

INDICADOR	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
TIR	7,22%	23,62%	47,47%
VAN	813 995,97	15 287 676,16	39 209 805,04
PRI	4,13	2,80	1,85
IR	1,03	1,53	2,35

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

La tabla anterior hace referencia a que en un escenario pesimista en donde se contemplan únicamente el 50% de las ventas proyectadas inicialmente según el estudio de mercado, el emprendimiento estaría generando un 7,22% de rentabilidad para sus inversionistas según la **TIR** y que la rentabilidad más allá de devaluación del dinero según el **VAN** es de 813 995,97 colones en un periodo de recuperación de la inversión de 4,13 años, es decir 4 años y 3 meses y medio según la **PRI**, generando 1,03 colones por cada color invertido según el **IR**. En este escenario considerar una proyección de ventas de únicamente el 50% implica directamente en gastos como electricidad, mensajería, administración y papelería, ya que el nivel de la producción se vería reducida drásticamente, por lo que dichos gastos fueron contemplados de igual forma al 50%.

El análisis del escenario normal no se detallara en este apartado de la investigación ya que todas las variables financieras de la sección de rentabilidad del emprendimiento se determinaron bajo este escenario, proyectado un margen de riesgo de no alcanzar el escenario optimista en un 30% y dentro de cada variable financiera definida se incluyó el análisis de la misma para una conclusión financiera general de que el emprendimiento si es viable.

En un escenario optimista, se cumplen todas las ventas proyectadas en la presenta investigación, es decir que las mismas fueron consideradas en un 100% sin prever el riesgo de que las mismas no su alcancen en ningún porcentaje. Y como resultado al análisis de este escenario tenemos una tasa retorno de la inversión **TIR** de 47,47%, es decir que la inversión en este emprendimiento le generara a los inversionistas un 47,47% lo invertido. Con una ganancia más allá de la devaluación del dinero de 39 209 805,04 colones del **VAN**, en un periodo de recuperación de la inversión según el **PRI** de 1,86 años, es decir en un año y 10 meses se estaría recuperando el total de la inversión, percibiendo 2,35 colones de rentabilidad por cada colon invertido según el **IR**.

# **CAPITULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

En esta parte de la investigación se procede con la interpretación y discusión de los resultados presentados en el capítulo anterior, donde la información fue obtenida aplicando diferentes métodos de investigación analíticos y estadísticos previamente planteados en el marco metodológico para determinar el proceso de creación de un emprendimiento dedicado a la manufactura de ropa llamado El Taller de Nena.

Al principio de esta investigación se planteó como problema el ¿Cómo emprender un Taller de negocio de manufactura de ropa ubicado en San Antonio de Coronado financieramente factible, San José; en el segundo semestre del 2022? Buscando determinar la viabilidad de dar inicio a un emprendimiento que busca satisfacer las necesidades económicas de una familia costarricense habitante de este distrito en el que se desea desarrollar la actividad.

## **5.1 UBICACIÓN DEL PROYECTO**

El emprendimiento de El Taller de Nena esta geográficamente ubicado en el distrito de San Antonio de Vázquez de Coronado. Este distrito es el más urbanizado del cantón por lo que tiene la mayor cantidad de habitantes a pesar de no ser el más grande. Muy cerca se encuentran el resto de los distritos de Coronado que poseen una economía un poco más rural.

## **5.2 MERCADO META**

Según el estudio en la identificación de los hábitos de compra de la población en el distrito de San Antonio de Coronado, el mercado meta abarca una amplia brecha generacional debido a la variedad de productos que se ponen a disposición de la población, resultando un mercado meta con mayor dominio entre los 20 y 50 años, es decir, en este rango de edades de hombres

y mujeres se estaría incursionando en la venta de ropa tanto para si mismos como para niños que probablemente sean sus hijos, nietos, sobrinos, etc. Se determina también una frecuencia de compra dominante de una vez al mes y un gasto efectuado que ronda los ₡5.000 a ₡20.000 colones mensuales. En un 97% de los encuestados estarían interesados a comprar prendas de vestir en el emprendimiento planteado, lo que indica un alto porcentaje de aceptación del negocio en la localidad.

### **5.3 COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES POTENCIALES**

Las prendas de vestir son una necesidad básica de todo ser humano, pero habiendo en el mercado tanta variedad de estilos y diseños y hasta diversidad de experiencias de compra (presenciales – virtuales- catalogo) un emprendimiento de confección de ropa puede tener un mercado meta sumamente diverso y variado y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos, como en este caso con la ropa infantil y ropa de adulto.

Con la recolección de los resultados en el capítulo anterior se alcanza determinar en la identificación de los hábitos de compra, en la población de San Antonio de Coronado estudiada se identifican dos grandes grupos de interés que ya fueron incluidos en el mercado meta pero es necesario describir sus características y necesidades de forma individual para detallar con que productos o prendas se darían por satisfechas sus necesidades por el taller de Nena.

El primer gran grupo va en un rango de edad mayoritariamente de la media hacia arriba, es decir, en este grupo dominan las personas de más de 35 años hasta los 50 y son personas de familia, padre o madres o cabezas de hogar en donde en su totalidad indicaron que su frecuencia de compra era de una vez al mes en prendas ropa y usan métodos de pago

tradicionales como efectivo o tarjetas bancarias. Y también en un alto porcentaje comprarían ropa de la línea infantil, probablemente para hijos, sobrinos, nietos. Entonces se puede asumir a grandes rasgos, que este grupo de potenciales clientes son personas con mayores responsabilidades económicas y que probablemente ya poseen niños dentro de su núcleo familiar o bien, cercano a su núcleo. A este grupo se estará dando, ofreciendo la línea infantil con mayor fuerza, sin dejar de lado la línea de adultos a un lado.

El otro gran grupo corresponde a los individuos estudiados con un rango de edad de la media hacia abajo mayoritariamente, es decir de los 35 años hacia los 20 años, en donde en su mayoría indicaron no estar interesados en la línea de ropa infantil. Y en este rango de individuos fue que hubo frecuencias de compra de dos, tres y más veces al mes. Los métodos de pago preferidos incluyeron sinpe móvil y tarjetas bancarias con uso casi nulo del efectivo. Todo esto contribuye a asumir que este sector posee menos responsabilidades económicas que el anterior, que en su mayoría son personas jóvenes laboralmente activas, pero con prioridades de consumo diferentes que brindan mayor detalle a los diseños y la experiencia de compra. A este grupo se estará ofreciendo la línea de adultos primordialmente, sin dejar de lado la línea infantil.

Es decir, en este estudio se determina que el emprendimiento tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de diferentes segmentos del mercado por ende se cuenta con un mercado meta variado y diverso.

Otros datos importantes son que el 100% de la población tiene acceso a Internet, y la mayoría ha comprado de forma virtual, por ende muestran interés y apertura en realizar compras de forma digital en este emprendimiento.

## **5.4 ACEPTACIÓN DEL PROYECTO**

En base a los resultados de mercadeo se determina que el emprendimiento “El Taller de Nena” tiene una muy alta acogida por parte del mercado y la población de la localidad en la cual se desarrollara, aparte de que satisface las necesidades de consumo de los habitantes de San Antonio de Coronado.

## **5.5 INTERPRETACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO**

Las variables despejadas en el estudio financiero del capítulo anterior como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Período de Recuperación e Índice de Rentabilidad arrojaron resultados alentadores en un escenario normal según la proyección de ventas reforzando la iniciativa de la puesta en marcha del negocio. En el análisis de sensibilidad financiera en donde se determinaron las mismas variables para el escenario pesimista y optimista los resultados fueron también positivos considerando la naturaleza de cada escenario. Con la particularidad de que en el escenario pesimista al existir un nivel de proyección de ventas tan reducida también los gastos fijos se verán reducidos al 50%. Es importante destacar que la inversión inicial es mayormente en activos fijos para el taller (edificio y maquinaria) ya en propiedad de los inversionistas se considera que no hay mayor riesgo ni pérdida en aceptar un escenario pesimista. Y en un escenario optimista los resultados son más que alentadores ya que el periodo de recuperación es mínimo.

Ante dichos resultados se determina que la puesta en marcha del emprendimiento es viable para continuar con la implementación del taller de Nena en San Antonio de Coronado convirtiéndose en una fuente de ingresos y empleo para sus inversionistas y posibles trabajadores.

## 5.6 INTERPRETACIÓN DE LOS REQUISITOS LEGALES

En el apartado de Trámites y Requisitos Legales del capítulo anterior se detallaron y definieron todos los aspectos a cumplir para ser una PYME en Costa Rica según la regulación vigente, sin embargo, aún no se cumple con los requisitos a cabalidad para proceder con una posible inscripción a nivel de las entidades reguladoras. No obstante, se deben acatar los diferentes lineamientos emitidos por las entidades pertinentes para poner en marcha el negocio, para ello El Taller de Nena si tiene capacidad, como la inscripción como persona independiente ante la Caja Costarricense de Seguro Social ya que la persona inversionista en este emprendimiento será la administradores del mismo y se debe asegurar que cuente con las garantías básicas de persona independiente, de momento nos e define si se contrataran personas como empleados directos por ello no se menciona la inscripción como patrono aunque si se detallaron también estos requisitos. Y la inscripción en el Ministerio de Hacienda para cumplir con la regulación tributaria del país, así como la obtención de la póliza del INS de riesgos de trabajo para el taller. De momento tampoco se ha definido si se procederá con la apertura de un local comercial ya que en el desarrollo de la investigación se evidencio que mantener las ventas como tienda virtual es una de las formas más usadas en este momento y muy buena aceptación en el mercado por tanto, por tanto tampoco se inicia de inmediato con trámite de patentes de tienda física. Para la inclusión como pyme ante el MEIC si será necesario cumplir una serie de requisitos como negocio existente, por lo que esta será una gestión que se ejecute cuando ya el negocio cumpla con un tiempo determinado en marcha y tenga al dia los requisitos con las otras entidades reguladoras ya mencionadas.

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este capítulo se procede a detallar las conclusiones relacionadas con la rentabilidad del emprendimiento de un taller de costura en San Antonio de Coronado de forma detallada mencionando uno a uno cada objetivo planteado al inicio de esta investigación, considerando que cada objetivo ya fue previamente desarrollado en el transcurso de la evaluación del emprendimiento y procediendo a citar sus debidas conclusiones y recomendaciones.

## **6.1 OBJETIVO GENERAL**

**Analizar la posibilidad de llevar a cabo la formalización del emprendimiento "El taller de Nena" para la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.**

### **Conclusiones:**

Se determina que es rentable la implementación del emprendimiento del Taller de Nena en el distrito de San Antonio en el cantón de Vázquez de Coronado según los datos obtenidos de indicadores financieros como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación y el Índice de Rentabilidad del negocio que registraron resultados positivos. Generando un ingreso extra para su inversionista y fuentes de empleo directa e indirecta para las personas que posiblemente se vean beneficiadas a través de generación de actividad económica con este emprendimiento.

También se concluye que existe mercado en cual incursionar y que hay buena apertura y aceptación para el negocio según los resultados obtenidos a través del estudio de mercado realizado mediante la encuesta aplicada a la población de San Antonio de Coronado.

### **Recomendaciones:**

- Dar inicio al proyecto según las proyecciones realizadas durante la investigación en base a los resultados positivos obtenidos a partir de la misma.
- Establecer una estrategia de mercado enfocada a la población del distrito de San Antonio de Coronado, dada la evidencia en la aceptación y apertura de la población para adquirir el producto a distribuir.

## **6.2 OBEJTIVOS ESPECIFICOS**

### **6.2.1 OBJETIVO ESPECIFICO 1**

**Identificar los trámites y requisitos necesarios a fin de crear un emprendimiento dedicado a la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.**

#### **Conclusiones:**

- Se determina que los emprendimientos con tiendas de tipo virtual no cuentan con una regulación puntual o específica, pero si deben de cumplir con las regulaciones tradicionales ya establecidas por las entidades pertinentes como por ejemplo: la patente municipal, la inscripción tributaria ante el Ministerio de Hacienda, la inscripción ante CCSS como persona independiente o patrono según sea el caso, el registró como PYME ante el MEIC, tramite de pólizas de riesgo de trabajo, etc.
- Se concluye que frente al MEIC el trámite de un emprendimiento para poseer sello PYME debe de contar ya con el negocio en marcha y cumplir los requisitos frente a las otras entidades regulatorias como Hacienda, por lo que el registro como PYME se tramitaría posterior a dar inicio al emprendimiento.

**Recomendaciones:**

- Recopilar la información requerida para el registro e inscripción del emprendimiento en los procesos normativos y regulatorios vigentes en el Ministerio de Hacienda, la CCSS, la Municipalidad del cantón, el Ministerio de Salud y el INS.

**6.2.2 OBJETIVO ESPECIFICO 2**

**Realizar un estudio de mercadeo del emprendimiento "El taller de Nena" con el cual se puedan determinar aspectos importantes de los mercados en los cuales va a incursionar la empresa en la zona geografía específica.**

**Conclusiones:**

- Se concluye que la población del distrito de San Antonio de Coronado posee la frecuencia de compra de prendas de vestir de una vez al mes con promedio de compra de 5.000 a 20.000 colones mensuales.
- Se determina que el 78% de la población ha realizado compras de forma virtual bajo las diferentes modalidades existentes, y el 97% de la población compraría prendas de vestir de forma virtual pero el 74% de los individuos encuestados prefieren que las mismas se ejecuten por WhatsApp.
- Se concluye que se dispone de diversidad de prendas de vestir para suplir las necesidades y preferencias de consumo de un amplio y diversificado mercado meta gracias a la existencia de líneas de ropa de adulto y ropa infantil dentro de la propuesta de negocio, así como ropa femenina y masculina en ambas líneas.

- Se destaca el acceso a internet de parte de toda la población estudiada y la apertura de compra al emprendimiento en estudio de forma virtual.

**Recomendación:**

- Crear páginas propias en Facebook e Instagram y una cuenta empresarial de WhatsApp como principales canales de venta, dando suficiente mantenimiento y promoción a las mismas.
- Considerar las preferencias del consumidor al momento de la manufactura en cantidad de cada prenda de las diferentes líneas de producción (adulto e infantil).

### **6.2.3 OBJETIVO ESPECIFICO 3**

**Estimar la rentabilidad del proyecto de la creación de emprendimiento "El taller de Nena" para sus dueños, y la ganancia real que se podría percibir con este negocio.**

**Conclusiones:**

- Se determina la rentabilidad positiva de poner en marcha el negocio El Taller de Nena de acuerdo a los resultados obtenidos del flujo de efectivo proyectado, reforzado también con los alentadores resultados de los indicadores financieros aplicados para la valoración del emprendimiento: VAN - TIR - PRI - IR.
- Se concluye que la sensibilización de tres posibles escenarios, según la proyección de ventas, en los instrumentos financieros siempre mostraron datos alentadores para la implementación del negocio tomando en cuenta la inversión inicial es mayoritariamente en activos fijos para desarrollar el negocio.

- Se evidencia que el 97% de los individuos en estudio mostraron intencionalidad en la compra de las prendas de vestir a manufacturar en el negocio, por lo que se determina existe una potencial demanda de los productos.

#### **Recomendaciones:**

- Poner en marcha el negocio, dado que el resultado de los indicadores financieros debidamente aplicados resulta atractivo para el desarrollo de la actividad.
- Mantener una revisión constante de la estrategia financiera con forme se avance en el plazo de la puesta en marcha del emprendimiento para las fases de maduración del negocio desde su inauguración, crecimiento, madurez y declive.

#### **6.2.4 OBJETIVO ESPECIFICO 4**

**Confeccionar un cronograma de implementación y presupuestos necesarios para la implementación de un emprendimiento dedicado a la manufactura de ropa en San Antonio de Coronado, San José, en el segundo semestre del 2022.**

El objetivo número cuatro es el único de los objetivos específicos que no se desarrolló dentro de la investigación como tal, aunque si se posee toda la data para la generación de los cronogramas y presupuestos planteados en el mismo. Sin embargo, este objetivo por su naturaleza hace referencia al proceso de implementación del emprendimiento, es decir, como se llevará a cabo paso a paso del desarrollo de este precisamente a través de un cronograma y un presupuesto ejecutado para esta etapa, por lo que este objetivo se procede a desarrollar en el siguiente capítulo dentro de la propuesta de negocio. Esto con el fin de generar instrumentos para la implementación del negocio con mayor valor circunstancial para el emprendedor que estará usando estas herramientas como base para iniciar su proyecto.

Por tanto, se concluye que se presenta de forma acertada un cronograma ordenado y coherente en el capítulo 7 para la puesta en marcha del negocio, así como el presupuesto brindado en base a la inversión inicial definitiva en la investigación. De esta forma se brindan herramientas reales al emprendedor como resultado de la investigación. Se recomienda cumplir a cabalidad con ambos instrumentos brindados para la implementación del emprendimiento ya que ambos fueron generados a partir de la exhaustiva investigación desarrollada en el presente documento, y en base a lo estudiado en la población de interés y los indicadores financieros aplicados.

## **CAPÍTULO VII: PROPUESTA DE NEGOCIO**

En este capítulo se muestra la propuesta planteada para el desarrollo del emprendimiento de El Taller de Nena, en base a los resultados de la investigación realizada desde una perspectiva integral, con el fin de brindar a los propietarios del emprendimiento una herramienta y guía de valor para dar inicio a su negocio, o bien a cualquier otra persona que pueda hacer uso de esta investigación para tener una base de cómo poner un negocio en marcha.

## **7.1 RESUMEN EJECUTIVO**

La situación económica post pandemia dejó una población aun con ciertas secuelas y turbulencias financieras que poco a poco va recuperando sus actividades económicas e ingresos. Dentro de sus efectos positivos se destaca el gran número de personas que decidieron crear sus emprendimientos y la población, que, en gran parte por solidaridad en el momento de crisis, tuvo una gran apertura y dio mucho apoyo a cada persona que con mucho esfuerzo iniciaba un negocio. También la apertura a la virtualidad y las compras por internet, con las restricciones sanitarias y la obligatoriedad al aislamiento, las compras por internet hasta para el supermercado se volvieron pan de cada día, esto incluso disminuyó una gran cantidad la resiliencia de ciertos sectores de la población por la digitalización. Definitivamente la pandemia marco un antes y un después en la naturaleza comercial de los emprendimientos, y para emprendimientos postpandemia dejó un camino ya labrado y una gran apertura por parte de los consumidores.

Desde esta perspectiva, post pandemia en un momento idóneo para iniciar un negocio, por ello surge las necesidades de la creación del Taller de Nena, un emprendimiento dedicado a la confección de prendas de ropa tanto para niños como para adultos, en el distrito de San Antonio del cantón de Coronado, en busca de generar una fuente extra de ingresos para sus propietarios y fuentes de empleo directas e indirectas para los individuos vinculados con el negocio. Además de proporcionar a los vecinos de San Antonio una forma diferente de suplir sus

necesidades de vestido, apoyando un negocio local, con atención personalizada y entregas a domicilio como tienda virtual, con una gestión y atención sencilla, fácil y rápida por canales digitales y brindándole a los clientes la posibilidad de realizar todo el proceso desde la comodidad del hogar.

El resultado de esta investigación determina que el negocio sería muy rentable tanto en términos financieros como de mercadeo, ya que se evidencio una oportunidad potencial de alta demanda por la compra prendas de vestir por parte de los habitantes de la localidad de San Antonio de Coronado.

## 7.2 ESPECIFICACIONES DEL EMPRENDIMIENTO

- **Nombre del proyecto:** Establecimiento y puesta en marcha del El Taller de Nena San Antonio de Coronado, San José, Costa Rica
- **Ubicación de la PYME:** La empresa se ubica en distrito de San Antonio de Coronado, según lo determinado en la investigación se prescinde de un local comercial para tienda física como tal sin embargo dentro de la inversión inicial que en parte se encontraba en activos se poseen las instalaciones para el taller de confección de las prendas de vestir. Este taller se encuentra ubicado en San José, Coronado, San Antonio, en Urbanización los Romillos, contiguo a casa #11C que corresponde a la casa de habitación de la propietaria del negocio.

- **Logo de empresa:**

*Ilustración 5 Logo del emprendimiento*



*Fuente: Elaboración propia, 2021*

### **7.2.1 MISIÓN**

Confeccionar las prendas de vestir favoritas de los vecinos de San Antonio de Coronado brindando al mismo tiempo la mejor experiencia de compra como tienda virtual.

### **7.2.2 VISIÓN**

Convertirse en una tienda virtual dedicada a la confección de prendas de vestir de referencia dentro y fuera de San Antonio de Coronado.

### **7.2.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

Los objetivos estratégicos para alcanzar las metas desarrolladas en el emprendimiento se definirán de acuerdo con el tiempo de ejecución de estos, es decir, al corto, mediano y largo plazo según sea conveniente.

#### **Objetivo General**

- Ser un Taller de prendas de vestir con productos de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor y a su vez maximice los ingresos del negocio.

#### **Objetivos Específicos**

##### **Corto Plazo**

- A) Obtener reconocimiento de la localidad de San Antonio por medio de las redes sociales para ser la primera opción de compra de los vecinos del distrito.
- B) Cumplir con los cronogramas y presupuestos definidos y brindados en esta propuesta con el fin de obtener mejores resultados en términos monetarios, para el emprendimiento.
- C) Completar con los requisitos legales existentes para culminar las inscripciones del emprendimiento en las entidades respectivas.

##### **Mediano Plazo**

- D) Fortalecer la participación en el mercado con el propósito de convertirse una una competencia fuerte para otras opciones de compra de posee el consumidor fuera de su localidad,

##### **Largo Plazo**

- E) Aumentar el posicionamiento en el mercado, dentro y fuera de San Antonio de Coronado para ser una marca reconocida, de referencia y preferencia entre los consumidores

## 7.2.4 F.O.D.A

El análisis F.O.D.A del emprendimiento permite las características favorables y no tan favorables del negocio como tal y el entorno en cómo se encuentra, definiendo las fortalezas y debilidades del emprendimiento como tal, de forma interna, y considerando también las oportunidades y amenazas existentes en el mercado en el que se encuentra incursionando, de forma que a partir de ellas se pueda definir una estrategia para explotar las fortalezas y oportunidades y minimizar el impacto y riesgo originado de las debilidades y amenazas.

Tabla 50 Análisis F.O.D.A

		<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>Análisis F.O.D.A</b>		Servicio al cliente personalizado. Buen manejo de redes sociales y canales digitales. Creatividad de confección de prendas de vestir con mucha variedad.	Crecimiento y expansión en el mercado. Ampliar la oferta de líneas de prendas, como ropa deportiva, etc.
<b>DEBILIDADES</b>	Emprendimiento nuevo sin cartera de clientes existentes.	Darse a conocer con mucha exposición y promoción en redes sociales, tanto los productos confeccionados como el proceso de confección, la experiencia de compra, la personalización de la prenda de vestir y la forma de entrega de la compra. Para de esta forma volverse más familiar y atractivo para los clientes.	
	Poca o nula experiencia en distribución.		
<b>AMENAZAS</b>	Alta competencia en el mercado de prendas de vestir.	Aprovechar y explotar el uso de reels en redes sociales.	
	Existencia de muchas tiendas físicas que también cuentan con modalidad de venta virtual.	Usar redes sociales para iniciar con la confección y promoción de otras líneas de ropa y medir su aceptación en los consumidores.	
	Preferencia de compra física por parte de muchas personas.		

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

### **7.2.5 VALORES**

Siempre es importante cuidar la imagen que se desea proyectar dentro del mercado en la cual se destaque y se alinee con la naturaleza cultural de la población, por ende es necesario definir valores que estén en esa sintonía, como los siguientes

- **Calidad:** Aseguramos la calidad de las materias primas usadas en el proceso de confección de cada prenda y damos garantía de cada una.
- **Creatividad:** Siempre brindando prendas personalizadas y con diseños innovadores para todos los clientes según sus gustos y preferencias.
- **Pasión:** Cada prenda entrega es hecha con profundo amor y agradecimiento en el proceso de confección y de atención al cliente.
- **Medio Ambiente:** Compromiso con el cuidado del medio ambiente procurando hacer uso consciente de nuestras materias primas y consumos eléctricos, además de los materiales usados en el proceso en empaque, que siempre serán amigables con el ambiente.

### **7.2.6 MERCADO**

El mercado meta abarca una amplia cobertura generacional debido a la variedad de productos que se ponen a disposición de la población, resultando un mercado meta con mayor dominio entre los 20 y 50 años compuesta por hombres y mujeres con necesidad de compra de ropa tanto para sí mismos como para niños que probablemente sean sus hijos, nietos, sobrinos, etc.

### **MEZCLA DE MERCADEO**

- **Producto:** Prendas de vestir de amplia variedad que abarca línea de adultos con prendas como camisetas, vestidos, sudaderas, buzos y pijamas y la línea infantil con productos como pijamas, buzos, vestidos, conjuntos de camiseta y short.
- **Precio:** Los precios pueden variar según transcurre el tiempo y la etapa de maduración del negocio sin embargo en base al estudio de mercado los precios definidos son los siguientes:

*Tabla 51 Precios*

Precios	
Pijamas Adulto	14 000,00
Buzos Adulto	16 000,00
Vestidos	15 000,00
Camisetas	8 500,00
Sudaderas	14 000,00
Pijamas Infantil	7 500,00
Buzos Infantil	10 000,00
Vestidos Infantil	7 000,00
Conjuntos Infantil	8 500,00

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

- **Plaza:** No existe una tienda física para la atención de clientes y comercialización de las prendas pero los productos podrán ser adquiridos realizando pedidos en línea por medio de WhatsApp, Facebook e Instagram como plataformas principales. Existen un taller de confección físico ubicado en San José, Coronado, San Antonio, en Urbanización los Romillos, contiguo a casa #11C que corresponde a la casa de habitación de la propietaria del negocio.
- **Promoción:** Uso y explotación de los canales digitales de publicidad como Facebook e Instagram y la plataforma WhatsApp.

## 7.4 CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PROPUESTOS

La propuesta tiene como finalidad brindar herramientas de valor para los involucrados en poner en marcha el negocio para una correcta ejecución de los procesos y las etapas de la implementación del emprendimiento. Se procede con la propuesta de cronograma para este negocio.

Tabla 52 Cronograma de implementación del emprendimiento

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DEL EMPRENDIMIENTO						
Aspecto / Plazo	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
Fase 1. Tramitología Legal	XXXXXX					
Fase 2. Instalaciones del Taller	XXXXXX	XXXXXX				
Fase 3. Contratos con personal y proveedores		XXXXXX	XXXXXX			
Fase 4. Abastecimiento del Taller				XXXXXX		
Fase 5. Inicio de Operaciones					XXXXXX	XXXXXX
Fase 6. Promoción y Publicidad				XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX

Fuente: Elaboración Propia, 2023

**Fase 1.** El primer paso es iniciar validando los requisitos y trámites legales que se deben cumplir para definir qué requisitos ya se poseen y cuales hay que gestionar. En esta etapa se pretende que se recolecte la información del emprendimiento y su propietario y se proceda con el llenado de los formularios solicitados por cada una de las entidades involucradas para apersonarse en cada institución y realizar la solicitud, o en caso de que aplique, enviarla de forma digital. Los debidos formularios se encuentran en los anexos de esta investigación, así como lo requisitos se detallan en el capítulo IV en la sección de trámites legales. El encargado de ejecutar estas gestiones y trámites es el propietario del emprendimiento como requisito de las instituciones. Las instituciones involucradas en esta fase son el MEIC, el Ministerio de Hacienda, el Ministerio de Salud, Municipalidad de Vázquez de Coronado, INS y la CCSS. Mientras se ejecuta esta fase ya estará en camino la fase dos también.

**Fase 2.** En caso de ser necesaria alguna adaptación en el taller o remodelación de algún tipo también se debe considerar, adecuar las instalaciones para poder poner en marcha el negocio. Actualmente el taller cuenta con 4 máquinas de coser que incluyen cover -punto recto-overlock- y plana, usadas para diferentes etapas de la elaboración de las prendas, además de la mesa de corte y de la estantería para telas, hilos, accesorios y productos terminados. Esta fase se inicia simultáneamente a la fase uno, para avanzar con las obras, en caso de ser necesarias, de forma paralela a la primera fase. El encargo de esta fase sigue siendo la propietaria del emprendimiento.

**Fase 3.** En esta fase se debe iniciar a formalizar temas de personal que laborara en el taller, generar contratos con las costureras que se encargaran de la maquila y el mensajero que estará entregando paquetes. Las costureras y el mensajero trabajarán por servicios por lo que no serán contrata como planilla directa. Se deben realizar las entrevistas, pruebas de habilidades para el caso de las costureras y negociación del pago por lo servicios. En este caso se cuenta

con máquinas propias y mesa de corte por lo que la maquila se desarrolla en el mismo taller del emprendimiento donde se puede supervisar y manejar o cambiar la línea de confección que estará ejecutando cada costurera según la demanda de las prendas en elaboración. Se deben efectuar contratos formales por los servicios de maquila y mensajería que estipulen horarios, formas de pago, beneficios o garantías laborales, así como el trabajo que se espere que se ejecute por parte de la persona contratada. De igual forma se debe iniciar y formalizar las relaciones comerciales con los proveedores, definir qué y donde se comprará para la materia prima e insumos necesarios en el proceso de confección de las prendas. El encargado de esta fase es el propietario del emprendimiento.

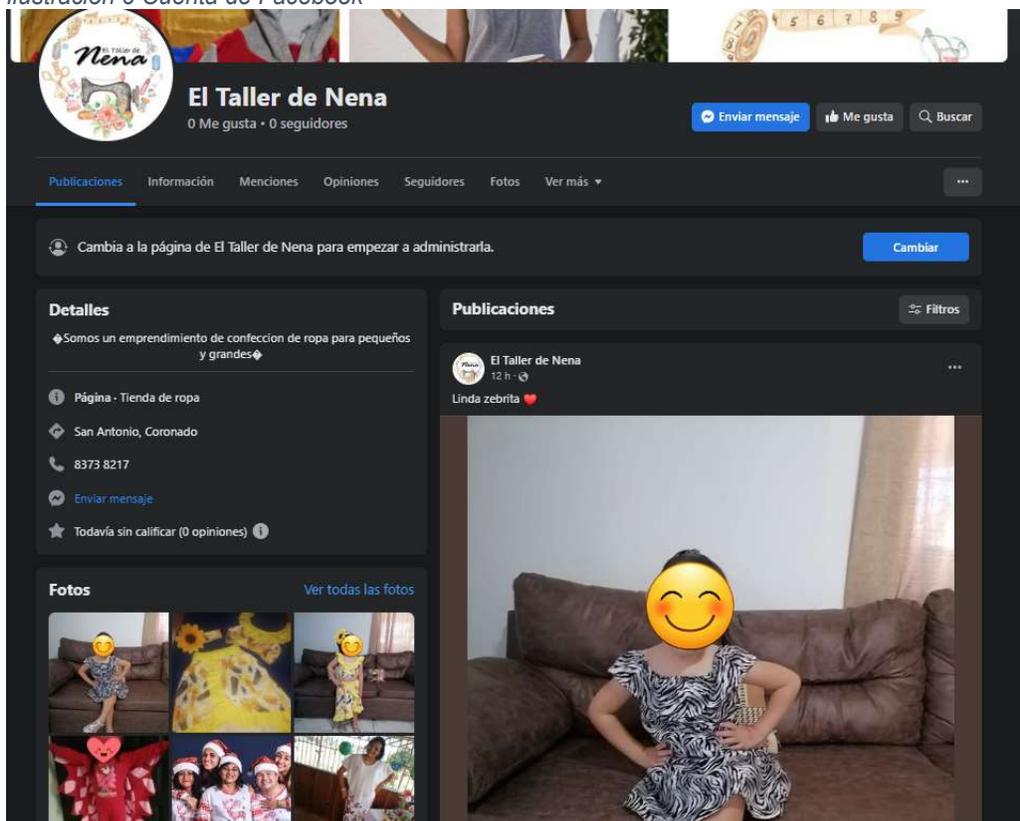
**Fase 4.** Se procede a inventariar las materias primas existentes, en caso de que existan, y determinar los insumos requeridos para suplir el taller de los suministros necesarios para proceder a abastecer el taller de los recursos necesarios para el inicio de las operaciones. En esta etapa estará a cargo el propietario del negocio.

**Fase 5.** Cumplidos los puntos anteriores se puede iniciar el proceso de producción, para tener variedad de productos en stock para ventas de entrega inmediata. Conforme se van elaborando las primeras prendas se deben fotografiar y grabar en reels los procesos de confección para subir a las redes sociales. En esta fase las encargadas aparte de la propietaria serán también las costureras previamente contratadas.

**Fase 6.** Esta etapa da inicio una semana antes que la fase 5. Se recomienda actualizar y detallar información importante como horarios de atención y números de contacto antes de iniciar a publicitar por medio de las redes sociales. Los primeros anuncios promocionales serán de aviso de la puesta en marcha del negocio, del tipo “muy pronto” y “estamos por abrir” y una semana después, al inicio de operaciones empezar a trabajar las redes sociales. Conforme se van

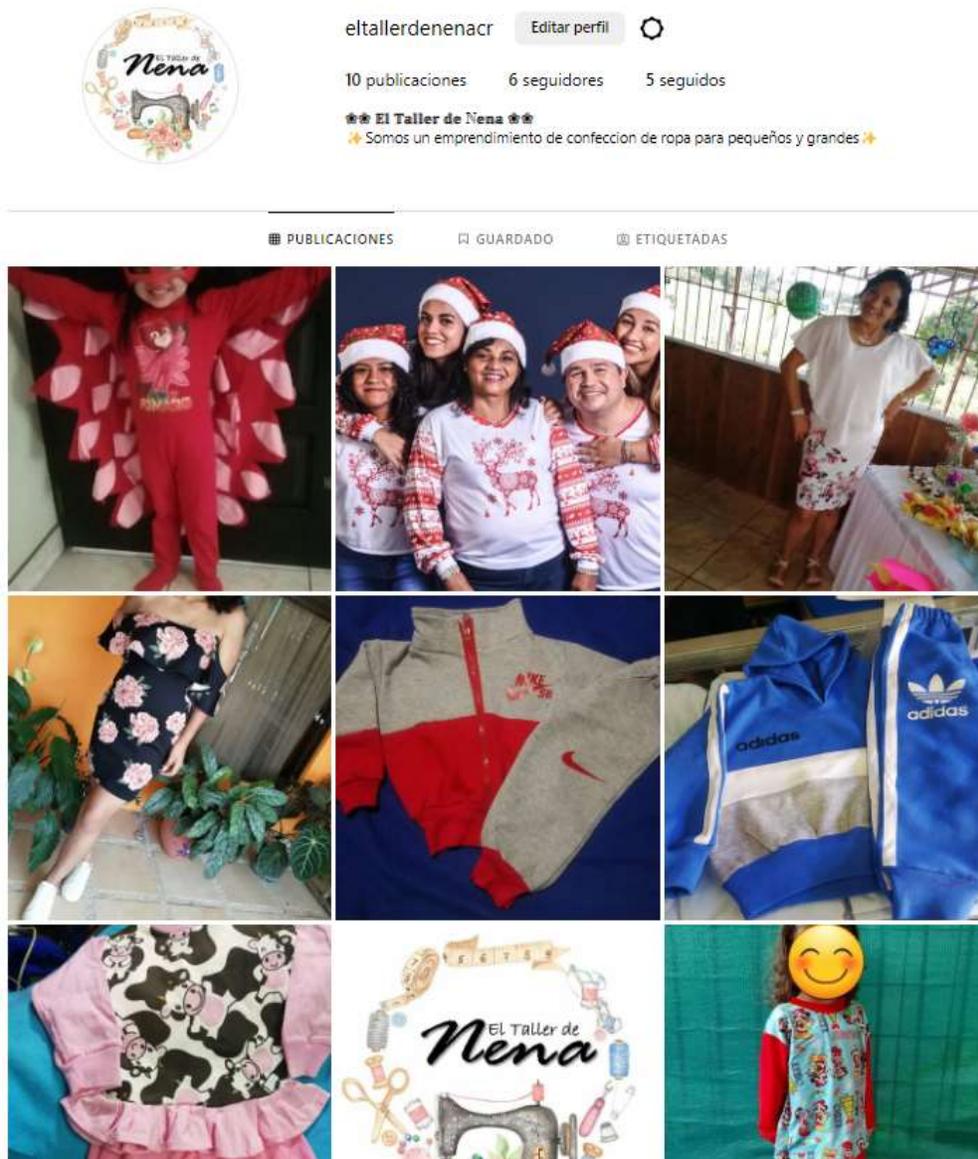
elaborando las primeras prendas se deben fotografiar y grabar en reels los procesos de confección para subir este material a las páginas. También se recomienda la creación de un catálogo con todos los productos que se pondrán a la venta y la disponibilidad del mismo en todas las plataformas. El encargado de esta etapa es el administrador del negocio. Como parte de las herramientas integradas de esta investigación, se generan las cuentas de las redes sociales con la información necesaria.

Ilustración 6 Cuenta de Facebook



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

Ilustración 7 Cuenta de Instagram



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

En total, en base a este cronograma de implementación del negocio, se tomará un tiempo de 6 semanas poner totalmente el negocio en marcha cubriendo desde tramitología legal hasta publicidad y producción de productos en stock para venta inmediata, cubriendo cada uno de los aspectos necesarios para poner en marcha un negocio.

Una vez presentado el cronograma se procede a elaborar el presupuesto para la puesta en marcha del negocio, primeramente, un presupuesto de inversión inicial. Como la inversión inicial es un gran parte activos fijos, se debe considerar el uso del efectivo disponible para cubrir los primeros gastos del negocio, que posteriormente será cubierto con los ingresos. La mano de obra directa se pagará por horas según los niveles de producción que tenga el taller, de momento se generaran dos posibles plazas como prevista.

*Tabla 53 Presupuesto Inversión Inicial*

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL	
INVERSIÓN INICIAL	<b>29 000 000,00</b>
EDIFICIO	25 000 000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO DEL TALLER	1 800 000,00
PUBLICIDAD	25 000,00
TELAS E HILOS	500 000,00
ACCESORIOS	150 000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	560 000,00
GASTO ELECTRICIDAD	100 000,00
SALARIO ADMINISTRATIVO	300 000,00
GASTO MENSAJERIA	100 000,00
REMODELACIONES TALLER	100 000,00
REMANENTE	365 000,00

*Fuente: Elaboración Propia, 2023.*

Según la propuesta para la inversión inicial aún se cuenta con un colchón financiero de 365.000 colones para posibles eventualidades que sea necesario cubrir con la inversión inicial sin embargo a las 6 semanas se debería contar con ingresos exitosos por ventas que empiecen a cubrir los gastos generados de la inversión inicial. .

Se genera el presupuesto mensual de ingresos y gastos que se espera percibir y cubrir con las ventas de las prendas de vestir que se van confeccionando en el taller. Considerando todos los gastos fijos estipulados en el capítulo IV, así como la proyección de ingresos.

Tabla 54 Presupuesto de ingresos y gasto

Presupuesto Propuesto												
Mes	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
<b>Ingresos</b>												
Ingresos por ventas	3 116	3 116	3 272	3 116	3 116	3 272	3 435	2 812	2 960	3 116	3 116	3 116
	500,00	500,00	325,00	500,00	500,00	325,00	941,25	641,25	675,00	500,00	500,00	500,00
Costo de ventas	1 743	1 743	1 830	1 743	1 743	1 830	1 922	1 573	1 656	1 743	1 743	1 743
	785,61	785,61	974,89	785,61	785,61	974,89	523,64	766,51	596,33	785,61	785,61	785,61
Ingresos Netos	1 372	1 372	1 441	1 372	1 372	1 441	1 513	1 238	1 304	1 372	1 372	1 372
	714,39	714,39	350,11	714,39	714,39	350,11	417,61	874,74	078,67	714,39	714,39	714,39
<b>Total ingresos</b>	<b>1 372</b>	<b>1 372</b>	<b>1 441</b>	<b>1 372</b>	<b>1 372</b>	<b>1 441</b>	<b>1 513</b>	<b>1 238</b>	<b>1 304</b>	<b>1 372</b>	<b>1 372</b>	<b>1 372</b>
	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>	<b>350,11</b>	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>	<b>350,11</b>	<b>417,61</b>	<b>874,74</b>	<b>078,67</b>	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>
<b>Egresos</b>												
Gasto Internet	40	40	42		40			36	38	40	40	40
	000,00	000,00	000,00	40 000,00	000,00	42 000,00	44 100,00	000,00	000,00	000,00	000,00	000,00
Gasto Electricidad	100	100	105		100		110	90	95	100	100	100
	000,00	000,00	000,00	100 000,00	000,00	105 000,00	250,00	250,00	000,00	000,00	000,00	000,00
Gasto Publicidad	25	25	26		25			22	23	25	25	25
	000,00	000,00	250,00	25 000,00	000,00	26 250,00	27 562,50	562,50	750,00	000,00	000,00	000,00
Gasto Salario Admi	300	300	300		300		300	300	300	300	300	300
	000,00	000,00	000,00	300 000,00	000,00	300 000,00	000,00	000,00	000,00	000,00	000,00	000,00
Gasto de Mensajería	100	100	100		100		100	100	100	100	100	100
	000,00	000,00	000,00	100 000,00	000,00	100 000,00	000,00	000,00	000,00	000,00	000,00	000,00
<b>Total Egresos</b>	<b>565</b>	<b>565</b>	<b>573</b>		<b>565</b>		<b>581</b>	<b>548</b>	<b>556</b>	<b>565</b>	<b>565</b>	<b>565</b>
	<b>000,00</b>	<b>000,00</b>	<b>250,00</b>	<b>565 000,00</b>	<b>000,00</b>	<b>573 250,00</b>	<b>912,50</b>	<b>812,50</b>	<b>750,00</b>	<b>000,00</b>	<b>000,00</b>	<b>000,00</b>
<b>Utilidades</b>	<b>807</b>	<b>807</b>	<b>868</b>		<b>807</b>		<b>931</b>	<b>690</b>	<b>747</b>	<b>807</b>	<b>807</b>	<b>807</b>
	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>	<b>100,11</b>	<b>807 714,39</b>	<b>714,39</b>	<b>868 100,11</b>	<b>505,11</b>	<b>062,24</b>	<b>328,67</b>	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>	<b>714,39</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2023.

## REFERENCIAS

- Cerdas, M. (2022). La inflación en Costa Rica sigue cediendo y en noviembre de 2022 llegó a 8,26%. *Periódico El Financiero*.
- Ore, H. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Pakamuros*, 8(4), 31-44. <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v8i4.147>
- Denia, B. S. (2015, 1 marzo). *ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTELARIS MUEBLERÍAS, 2015*. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/62621>
- Castañeda, J.J. (2019). *Evolución de las 4P o marketing Mix*. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37227>
- Angulo Sánchez, L. (2016). La gestión efectiva del capital de trabajo en las empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(4), 54-57.
- Pacheco Bautista, F. A. (2019). Módulo costos de producción.
- Sánchez, C. U., Sulbaran, B. P., & Sotomayor, M. F. E. (2018). Principales métodos de evaluación de proyectos de inversión para futuros emprendedores en el Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24), 23-34.
- Schaller, P., Ditale, R., & Sosa, B. (2019). Nuevos canales de venta en emprendimientos del rubro textil indumentaria.
- Torres, H. N. (2017). Proyecto de emprendimiento R510. Ropa en jean para dama y caballero.
- Rodríguez, A. L. C. (2022). Protección de los diseños de moda en Costa Rica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (154), 27-37.

Mejía, L. V. H., Flores, N. P. P., & Bastidas, L. F. S. (2021). *Emprender es poder. Travesía Emprendedora*, 5(2), 30-36.

Hernández, C. A. (2007). Taylorismo: Modelo gerencial de las pequeñas empresas de confección de ropa. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 9(3), 458-474.

Solorzano et al. (2017). *Emprendimiento, La inversión de tu vida*. Grupo Compas. Guayaquil. 275 p. 66

Ramírez Sanchez, R. A. (2021). El reto de las personas ante la acción de emprender y las limitaciones provocadas por el impacto económico causado por el covid-19, en el primer cuatrimestre del 2021, Universidad Hispanoamericana. Costa Rica.

Da Silva, A. T., & Teixeira, R. M. (2011). Mensuração do grau de inovação de micro e pequenas empresas: estudo em empresas da cadeia têxtil-confecção em Sergipe. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 8(3), 205-229.

Montgomery, M., Johnson, T., & Faisal, S. (2005). What kind of capital do you need to start a business: financial or human?. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 45(1), 103-122.

Gutiérrez, M. et al. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Revista Científica Investigaciones Turísticas*. San Jose. (22), pp. 148-175.

Petry, P. Lebediker, M. (2011). "El Emprendedurismo en Costa Rica". Decimoséptimo Informe Estado de la Nación. Consejo Nacional de Rectores. San Jose. (31).

Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis*, N. 21, pp.419-448.

Quiros, A. et all. (2022). Impacto del COVID-19 sobre los costos en la cadena de abastecimiento en los sectores alimenticio, salud, educación, retail y textil. *Tecnología en Marcha*. Vol. 35, especial COVID-19. Mayo 2022. Pág. 247-259

Brenes et al. (2021). "El emprendimiento empresarial cantonal en Costa Rica antes y durante la pandemia COVID-19: Análisis comparativo de las patentes municipales". Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible 2021. Consejo Nacional de Rectores. San José. (20)

*Reseña Histórica del Cantón.* (2022). Municipalidad Vázquez de Coronado. Recuperado 24 de enero de 2023, de <https://www.coromuni.go.cr/index.php/conozcanos/el-canton/historia>

*Vásquez de Coronado 1-1.1.* (2022). Instituto de fomento y asesoría Municipal. Recuperado 25 de enero de 2023, de [https://www.ifam.go.cr/?page\\_id=396](https://www.ifam.go.cr/?page_id=396)

Benavides, S. (2007). El turismo Rural: Una alternativa de desarrollo para el cantón Vázquez de coronado. *Revista ABRA, Universidad Nacional.* Heredia. (46)

Teran, E y Guerrero A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios. Vol. 41 (Nº 07) Año 2020.* Pág. 7

Aguilar, R. (2003). *Perspectivas turísticas para el cantón Vázquez de coronado: Proyecto Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal.* Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José.

Moulian, T., & Marín, G. (2015). *El consumo me consume.* Lom. [El consumo me consume-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](https://www.lom.com.co/El_consumo_me_consume-libre.pdf)

Quintero, L. J., & Millán Llanos, K. (2011). Creación de una empresa de confección de pijamas en el municipio de Zarzal (Valle). [0475396.pdf \(univalle.edu.co\)](https://www.univalle.edu.co/0475396.pdf)

Belmartino, A. et al. (2016). ¿ Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina. *Tec empresarial, 10(1),* 7-18.

Obando, L., & Cortés, C. (2002). La industria textil en Centroamérica. *INCAE, Costa Rica.*

Hinojosa, R. M., Pazmiño, Í. M., & Solís, H. D. (2020). Emprendimiento y marketing durante el aislamiento social por la pandemia. *E-IDEA Journal of Business Sciences, 2(6),* 24-31.

Vásquez-Lafebre, L. M., Quevedo-Barros, M. R., & Quevedo-Vázquez, J. O. (2020). Gerencia de Emprendimientos en Época de Pandemia. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN : 2588-090X . Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(3), 706-722. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.256>

Gómez, L. (2012). Teorías del emprendimiento. Recuperado de <http://unijc.pbworks.com/w/file/54060386/TEORIASDELEMPRENDIMIENTO.pdf> capacidad emprendedora total y sus factores ( $p > 0.05$ ).

Aguilar, L. et al. (2016). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. *Revista Publicando*, 3(9), 564-578.

Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.

Huamaní, P. L. T. (2003). IMPORTANCIA DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL. *Repositorio, Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 5(10), 105-110. <https://doi.org/10.15381/gtm.v5i10.9927>

Navarro, M. et al. (2008). Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios. Tomado de: [https://www.academia.edu/download/33349685/estudio\\_financiero\\_EJEMPLO.pdf](https://www.academia.edu/download/33349685/estudio_financiero_EJEMPLO.pdf).

Lledó, P. (2007). Comparación entre distintos Criterios de decisión (VAN, TIR y PRI). Recuperado de: <https://pablolledo.com/content/articulos/03-03-07-Criterios-decision-Lledo.PDF>.

Garzon, N. (2017). El punto de equilibrio. Obtenido De <https://Nicolasgarzon.Com/Wp-Content/Uploads/2021/08/Paso-A-Paso-De-Punto-De-Equilibrio.Pdf>.

Anaya, H. et al. (2018). *Flujo de caja y proyecciones financieras con análisis de riesgo 3a edición*. Universidad Externado.

Sánchez, B. (2009). *Problemática de conceptos de costos y clasificación de costos*.

<https://hdl.handle.net/11537/25479>

Medina, P., & Córdova, O. (2002). " GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS. *Santiago, Chile: Universidad de Chile: Facultad deficiencias económicas.*

Baby, J., & Jaramillo, J. G. L. (2008). Las P´ s de Mercadeo. Algunas precisiones. *AD-minister*, (12), 149-161.

Univalle, M.-. (s. f.). *La mezcla de mercadeo: las 4 Pes.* <https://mercadeo-univalle.blogspot.com/2011/08/la-mezcla-de-mercadeo-las-4-pes-la.html>

Aguar, T (junio, 2021). Guía metodológica de la Facultad de Ciencias Económicas para la realización de tesis y tesina como trabajo final de graduación. Universidad Hispanoamericana.

*Sitio Web del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica.*  
<https://www.meic.go.cr/>

*Sitio Web del Ministerio de Salud Costa Rica.* <https://www.ministeriodesalud.go.cr/>

*Sitio Web del Grupo INS Costa Rica.* <https://www.grupoins.com>

*Sitio Web del Ministerio de Hacienda de Costa Rica.* <https://www.hacienda.go.cr>

*Sitio Web de la Municipalidad de Cartago.* [https://www. https://www.muni-carta.go.cr/](https://www.https://www.muni-carta.go.cr/)

*Sitio Web de la Municipalidad de Vázquez de Coronado.* <https://www.coromuni.go.cr/>

Maldonado Pinto, J. E. (2018). Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, socio crítico, cualitativo, complementario. Ediciones de la U.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecauca/70335?page=100>

Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. *Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*, 2, 1-11.

*Lista de salarios.* (2022). <https://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/lista-salarios.html>

## **ANEXOS**

# ANEXO 1

**MUNICIPALIDAD DE VAZQUEZ DE CORONADO**  
**PLATAFORMA DE SERVICIOS**  
**FORMULARIO ÚNICO PARA TRÁMITES MUNICIPALES**  
**CORREO: plataformaservicios@coromuni.go.cr**  
Plataforma: 2216-0714,2216-0719,2216-0728,2216-0719, 2216-0753



## 5- Requisitos para patentes:

(Nuevas y Traslados: a, b, c, d, e, f, g, h, q) / (Renovación: c, d, e, f, q) / (Trasposos: c, d, e, f, i, q)  
(Licencia de Licores: f, k, l, m, o, q) / (Sala de Juegos: a, b, c, d, e, f, g, h, j, q)

- a) Resolución Municipal de Ubicación (**Uso de Suelo Conforme**) específico para la actividad que pretende desarrollar.
- b) Timbres Fiscales por ₡ 125, o entero de gobierno por ese concepto y monto.
- c) Fotocopia del Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud y/o Certificado Veterinario de Operación, según corresponda
- d) Copia del último recibo cancelado de la Póliza de Riesgos del Trabajo o Exoneración del INS. (Debe indicar la fecha de vigencia)
- e) Estar inscrito y al día con las cuotas Obrero Patronales de la CCSS y estar al día con FODESAF
- f) Estar debidamente inscrito y al día con tributación directa del Ministerio de Hacienda.
- g) Certificación Literal de la propiedad donde se instalará el negocio.
- h) Copia de la cédula de identidad del solicitante y del o de los propietario del terreno donde se ubicará el negocio, en caso de personas jurídicas, personería original vigente y copia de la cédula del representante legal.
- i) Para **trasposos de patente**, copia de las cédulas de quienes participan, en caso de personas jurídicas, personería original vigente y copia de la cédula del representante legal.
- j) Para el trámite de patente de **Sala de Juegos**, además de lo anterior, debe aportar Certificación de un Ingeniero en electrónica, autenticado por Abogado, con la descripción del funcionamiento de cada tipo de máquina, mediante la cual se pueda demostrar que la ganancia o pérdida depende de la habilidad del jugador y no del azar.
- k) Para **licencia de licores**, en caso de persona jurídica, certificación que acredite la existencia y vigencia de la sociedad, los poderes de representación del firmante y la composición de su capital social, si este cambia de ubicación, de nombre o de dueño o la composición de su capital social es modificada en más de un cincuenta por ciento (50%) o si se da alguna otra variación en dicho capital que modifique las personas físicas o jurídicas que ejercen el control de la sociedad, se requerirá una nueva licencia para la venta de bebidas con contenido alcohólico. Para obtener una nueva licencia, la persona física o jurídica debe comunicarlo a la municipalidad en un plazo de cinco días hábiles a partir del conocimiento del cambio de las circunstancias antes indicadas, so pena de perder la licencia. Las personas jurídicas a las cuales se les otorgue la licencia deberán presentar cada dos años, en el mes de octubre, una declaración jurada bajo fe de juramento de su capital accionario.
- l) Comprobante de pago del impuesto a la cerveza, a favor de la Junta de Educación del Distrito correspondiente.
- m) En caso de que se solicite una licencia clase C, presentar declaración jurada, rendida bajo la fe y gravedad del juramento, debidamente autenticada por un notario público, en la cual se exprese que la comercialización o consumo de bebidas con contenido alcohólico será la actividad comercial secundaria y que cumple lo dispuesto en el capítulo I, artículo 3, punto 3.24 del Reglamento de fiscalización, regulación y comercialización de bebidas con contenido alcohólico en el Cantón Vázquez de Coronado.
- n) En caso de que se solicite una licencia clase E, copia certificada de la declaratoria turística vigente emitida por el ICT.
- o) Declaración rendida bajo la fe y gravedad del juramento, en la que manifieste conocer las prohibiciones establecidas en el artículo 9 de la Ley y que se compromete a respetar éstas y cualquier otra de las disposiciones de la Ley N° 9047 para la Regulación y Comercialización de Bebidas con contenido Alcohólico.
- p) Para el trámite de **Patentes Ambulantes o Estacionarias**, enviar nota de solicitud con todos los detalles al Despacho del Alcalde.
- q) Licencia de ACAM o exoneración de ACAM (Asociación de Compositores y Autores Musicales de Costa Rica. (Ley 6683)

## Información General de interés

- En caso de tener que aportar personería jurídica, la misma debe tener un plazo máximo de tres meses de emitida.
- Para los trámites de permiso de construcción, visados, trasposos y patentes, el solicitante y el dueño de la propiedad deben estar al día en el pago de los tributos y tasas municipales y la declaración de bienes inmuebles.
- El cobro del monto respectivo sobre el permiso de construcción (1% del valor de la obra) se realiza utilizando los valores de la tabla de tipologías Constructivas suministrada por el IFAM, con base en el área registrada por el CFIA.
- El criterio ambiental se solicitará únicamente en las obras constructivas mayores a los 500 m<sup>2</sup>, así como a las propiedades que cuenten con nacientes, se exonera del criterio ambiental las actividades comerciales tipificadas por el reglamento del Ministerio de Salud como tipo C.
- El local donde se pretenda desarrollar una actividad comercial, debe tener la entrada de acceso totalmente independiente de cualquier casa de habitación.
- El impuesto de patente debe cancelarse por trimestre adelantado y la Licencia Municipal de Funcionamiento (Patente), debe renovarse en la fecha indicada en el Certificado de Patentes municipales, caso contrario, con base en el artículo 81 bis del Código Municipal, Ley 7794 y sus reformas, por falta de pago de un trimestre u operar con la patente vencida, faculta a la Municipalidad a suspender la patente y clausurar el local y será sancionado con multa equivalente a tres salarios base, el propietario, administrador o responsable de un establecimiento que, con licencia suspendida continúe desarrollando la actividad, sin que sea necesario un procedimiento administrativo previo.
- Cada año, a más tardar el último día de la primera semana de enero, debe presentar la Declaración Jurada del Impuesto de Patente Municipal, amparada a la declaración de renta, o en su defecto una certificación de ingresos con anexo de los costos, gastos y deducciones, extendida por un Contador Público Autorizado (CPA); caso contrario se aplicará la multa respectiva por presentación tardía.

## ANEXO 2

### FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO

 <b>FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO.</b> <i>(No dejar espacios en blanco, escribir claro en letra imprenta o de molde, sin tachaduras)</i>				
A. INFORMACIÓN RELATIVA A LA ACTIVIDAD PARA LA CUAL SE SOLICITA PERMISO.				
1	TIPO DE PERMISO SOLICITADO:	Permiso sanitario de funcionamiento ( )	Permiso de habilitación ( )	
2	MOTIVO DE PRESENTACIÓN:	Primera vez ( )	Renovación ( )	
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 ( ) B ( ) C ( )			
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 ( ) No ( )      b. Gas Natural Licuado (GNL) Sí ( ) No ( )			
24	INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES EN UNIDADES MÓVILES DE SERVICIOS DE SALUD:			
25	TIPO: Vehículo ( ) Remolque ( )	26	DESPLAZAMIENTO: Terrestre ( ) Acuático ( ) Aéreo ( )	
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 CIIU.4 VERIFICADO Actividad Principal:	61	CÓDIGO(S) CIIU.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>		<p><b>PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD</b></p>
	<p>No. _____</p>	
	<p>FECHA: ____/____/____</p>	
	<p>Tiene validez de _____ año(s).</p>	<p>SELLO</p>
	<p>Fecha vencimiento: ____/____/____</p>	
	<p>Funcionario que aprueba la solicitud: _____</p>	
	<p>Firma: _____</p>	

**INSTRUCTIVO PARA LLENAR FORMULARIO DE  
SOLICITUD DE PERMISO.**

ÍTEM	EXPLICACIÓN
1	<p>Marcar con una “X” la casilla correspondiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Permiso sanitario de funcionamiento:</b> para actividades industriales, comerciales y de servicios.</li> <li>- <b>Permiso de habilitación:</b> para servicios de salud.</li> </ul>
2	<p>Marcar con una “X” la casilla correspondiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Por primera vez:</b> Aplica para actividades que nunca han tenido permiso anteriormente, o que tenían permiso y se venció antes de su renovación.</li> <li>- <b>Renovación:</b> aplica para las actividades que cuentan actualmente con un permiso vigente y está próximo a su vencimiento.</li> </ul>
3	<p>Anotar claramente el nombre del establecimiento para la cual solicita el permiso, el nombre que se consigne en este espacio será el que aparezca en el certificado del permiso. <b>No corresponde al nombre de la razón social. No utilizar abreviaturas ni símbolos.</b></p>
4	<p>Anotar el número de código CIIU de la o las actividades principales, utilizando como referencia la Clasificación de Actividades Económicas de Costa Rica (CAECR) el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que está disponible en el sitio web <a href="http://www.ministeriodesalud.go.cr">www.ministeriodesalud.go.cr</a>. En caso de dudas debe consultar en la DARS correspondiente. En el caso se las solicitudes de permiso de habilitación solamente se permite consignar <b>una</b> actividad principal.</p>
5	<p>Anotar el número de código CIIU de la o las actividades accesorias, utilizando como referencia la Clasificación de Actividades Económicas de Costa Rica (CAECR) el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que está disponible en el sitio web <a href="http://www.ministeriodesalud.go.cr">www.ministeriodesalud.go.cr</a>. En caso de dudas debe consultar en la DARS correspondiente. En el caso se las solicitudes de permiso habilitación solamente se <b>NO</b> pueden consignar actividades accesorias.</p>
6	<p>Marcar con una “x” la Casilla del grupo de riesgo al que pertenece la <b>actividad principal</b>.</p>
7, 8	<p>1. Mencione de forma breve las actividades que se desarrollarán, de ser necesario puede utilizar hojas adicionales.</p>
9, 10, 11, 12	<p>Anote claramente los datos de contacto que apliquen para la actividad.</p>
13	<p>Anotar la hora de inicio y cierre de trabajo en el establecimiento. En caso de funcionamiento ininterrumpido indique 24h/7d.</p>
14	<p>Los datos de esta sección se deben llenar solo para las solicitudes de establecimientos, en caso de no ser así indique “N/A” en cada una de las casillas.</p>
15, 16, 17, 18	<p>Anote de acuerdo con la división territorial vigente, el <b>nombre</b> de la provincia, cantón y distrito donde se ubica el establecimiento. <b>NO UTILICE CÓDIGOS, NI NÚMEROS, NI ABREVIATURAS, NI PALABRAS COMO CENTRAL, PRIMERO, SEGUNDO, ETC.</b> Seguido anotar claramente la dirección del establecimiento, señalando calles, avenidas, nombre del barrio y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente el establecimiento.</p>
19	<p>La <b>CRTM05</b> (Proyección Transversal de Mercator) es la proyección oficial para Costa Rica. En la “Coordenada X” o “Longitud Oeste”, <b>se debe ingresar un total de seis dígitos</b> y la “Coordenada Y” o “Latitud Norte”, <b>se debe ingresar un total de siete dígitos</b>. Estas mediciones se pueden hacer directamente si se cuenta con el equipo correspondiente, caso contrario se debe hacer la conversión respectiva; se debe consultar la página web: <a href="https://www.snitcr.go.cr/">https://www.snitcr.go.cr/</a> y utilizar la herramienta de conversión.</p>
20	<p>Anotar el tamaño en metros cuadrados del establecimiento.</p>
21	<p>Indicar el número de personas que asisten al establecimiento en calidad de usuarios (aplica en caso de sitios de reunión pública o cualquier otro establecimiento donde acudan personas para recibir un servicio). No incluye los trabajadores</p>
22	<p>Anotar el número total de personas trabajadoras que laboran al mismo tiempo en el establecimiento.</p>

<b>23</b>	Indicar si en el establecimiento se utilizará o expenderá cualquiera de las sustancias mencionadas.
<b>24</b>	Los datos de esta sección se deben llenar solo para las solicitudes de unidades móviles de servicios de salud, en caso de no ser así indique "N/A" en cada una de las casillas.
<b>ÍTEM</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>25, 26, 27, 28, 29, 30</b>	Indique los datos que permitan identificar al vehículo.
<b>31</b>	Anotar el nombre completo de la persona física o razón social (persona jurídica) que solicita el permiso.
<b>32</b>	En caso de personas físicas, anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del solicitante. En caso de una persona jurídica, anotar el número de cédula jurídica.
<b>33</b>	Anotar el nombre completo de la persona física que sea el representante legal, solamente aplica en los casos que el solicitante sea una persona jurídica.
<b>34</b>	Anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del representante legal.
<b>35, 36, 37, 38</b>	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para el solicitante o su representante legal.
<b>39</b>	Indique cual es el medio elegido para ser notificado de cualquier acto administrativo: correo electrónico, teléfono, apartado postal, fax o en el establecimiento.
<b>40, 41</b>	En este espacio se debe consignar la firma de persona física o jurídica de la persona interesada en desarrollar la actividad. En caso de que no sea el solicitante o su representante legal quien presente la solicitud, esta firma debe ser autenticada por un abogado.
<b>42</b>	Anotar el nombre completo de la persona física o razón social (persona jurídica) que sea el propietario del establecimiento o unidad móvil de servicios de salud para la que se solicita el permiso.
<b>43</b>	En caso de que el propietario sea una persona física, anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del solicitante. En caso de una persona jurídica, anotar el número de cédula jurídica.
<b>44</b>	Anotar el nombre completo de la persona física que sea el representante legal, solamente aplica en los casos que el propietario sea una persona jurídica.
<b>45</b>	Anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del representante legal.
<b>46, 47, 48, 49</b>	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para el propietario o su representante legal.
<b>50</b>	Indique cual es el medio elegido para ser notificado de cualquier acto administrativo: correo electrónico, teléfono, apartado postal, fax o en el establecimiento.
<b>51</b>	Anotar el nombre completo de la persona física que asumirá la responsabilidad del desarrollo y coordinación de las labores asistenciales en el servicio de salud.
<b>52</b>	Anotar el número de cédula de identidad, DIMEX, carné provisional de permiso laboral o carne provisional de permiso laboral categoría especial del responsable técnico del servicio de salud.
<b>53, 54</b>	Anotar la profesión que ejercer el responsable técnico en el servicio de salud y el código asignado por el colegio profesional respectivo.
<b>55, 56, 57, 58</b>	Anote claramente los datos de contacto que apliquen para el responsable técnico del servicio de salud.
<b>59</b>	Indique cual es el medio elegido para ser notificado de cualquier acto administrativo: correo electrónico, teléfono, apartado postal, fax o en el establecimiento.
<b>60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67</b>	Casillas de <b>uso exclusivo</b> para el funcionario del Ministerio de Salud que recibe el trámite"

## ANEXO 3

### “DECLARACIÓN JURADA PARA TRÁMITES DE SOLICITUD DE PERMISOS POR PRIMERA VEZ.”

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° \_\_\_\_\_, 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 No. folio real \_\_\_\_, ( ) o  
la unidad móvil de servicios de salud con placa: \_\_\_\_\_,  
marca: \_\_\_\_\_, modelo: \_\_\_\_\_,  
año: \_\_\_\_\_, solicítome 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° \_\_\_\_\_ 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° \_\_\_\_\_ 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° \_\_\_\_\_ 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° \_\_\_\_\_ 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 No. \_\_\_\_\_ 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 No. \_\_\_\_\_ 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 No. \_\_\_\_\_ 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 on emisores de radiaciones ionizantes).

h. Permiso No. \_\_\_\_\_ 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 No. 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 No. 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 No. 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 No. 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 clausurará 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: \_\_\_\_\_

## INSTRUCCIONES

- a) Solamente podrá rendir la declaración jurada el solicitante o su representante legal.
- b) Si la firma es digital no se requiere de autenticación.

## ANEXO 4

**TABLA 1. CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS REGULADAS POR EL MINISTERIO DE SALUD SEGÚN NIVEL DE RIESGO SANITARIO Y AMBIENTAL. (BASADO EN CAECR-2011-CIU VERSION 4)**

SECCION C INDUSTRIAS MANUFACTURERAS					
División	Grupo	Clase	Subclase CR	Título	Riesgo
13				<b>Fabricación de productos textiles</b>	
	131			<b>Hilatura, tejedura y acabados de productos textiles</b>	
		1311		<b>Preparación e hilatura de fibras textiles</b>	
			1311.0	Preparación e hilatura de fibras textiles	B*
		1312		<b>Tejedura de productos textiles</b>	
			1312.0	Tejedura de productos textiles	B
		1313		<b>Acabado de productos textiles</b>	
			1313.0	Acabado de productos textiles	A
	139			<b>Fabricación de otros productos textiles</b>	
		1391		<b>Fabricación de tejidos de punto y ganchillo</b>	
			1391.0	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo	B
		1392		<b>Fabricación de artículos confeccionados con materiales textiles, excepto prendas de vestir</b>	
			1392.0	Fabricación de artículos confeccionados con materiales textiles, excepto prendas de vestir	B
		1393		<b>Fabricación de tapices y alfombras</b>	
			1393.0	Fabricación de tapices y alfombras	B
		1394		<b>Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes</b>	
			1394.0	Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes	B
		1399		<b>Fabricación de otros productos textiles n.c.p.</b>	
			1399.0	Fabricación de otros productos textiles n.c.p.	B
14				<b>Fabricación de prendas de vestir</b>	B
	141			<b>Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel</b>	
		1410		<b>Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel</b>	
			1410.1	Fabricación de ropa interior	B
			1410.9	Fabricación de otras prendas de vestir, excepto ropa interior y prendas de piel	B
	142			<b>Fabricación de artículos de piel</b>	
		1420		<b>Fabricación de artículos de piel</b>	
			1420.0	Fabricación de artículos de piel	B
	143			<b>Fabricación de artículos de punto y ganchillo</b>	
		1430		<b>Fabricación de artículos de punto y ganchillo</b>	

# ANEXO 5



CAJA COSTARRICENSE DE SEGURO SOCIAL  
DIRECCIÓN XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
ASEGURAMIENTO VOLUNTARIO O TRABAJADOR INDEPENDIENTE  
Teléfono: XXXXXXXXXXXXXXXX

## SOLICITUD DE AFILIACIÓN TRABAJADOR INDEPENDIENTE

### INSTRUCCIONES GENERALES:

Anote con lapicero azul o negro los datos que se le solicitan. Marque con equis (X) las casillas de la derecha en las preguntas de marcar. El formulario debe llenarse sin borrones, tachones y sin corrector.

Yo \_\_\_\_\_ de nacionalidad \_\_\_\_\_  
portador de la cédula de identidad ( ) cédula de residencia ( ) Identificación de la CCSS ( )  
número \_\_\_\_\_, solicito ser asegurado por mi cuenta, con esa finalidad  
suministro la siguiente información:

### DATOS PERSONALES:

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Profesión u oficio que desempeña: \_\_\_\_\_

Dirección del centro de trabajo: Provincia: \_\_\_\_\_ Cantón: \_\_\_\_\_ Distrito: \_\_\_\_\_

Otras señas: \_\_\_\_\_

Teléfono: Habitación \_\_\_\_\_ Trabajo \_\_\_\_\_ Celular \_\_\_\_\_

Otra referencia \_\_\_\_\_

Medio (correo electrónico) o lugar para recibir notificaciones y comunicaciones: \_\_\_\_\_

Descripción del trabajo independiente o actividad económica a la que se dedica (en qué consiste la actividad, formación académica, dónde la realiza, desde cuándo la ejerce, cuál es el promedio de ingreso mensual, cuál es el desglose de los gastos mensuales, es contratado por una o varias personas, tiene empleados a su servicio, cuenta con póliza de riesgos, emite facturas)

F-GF-USIN-078




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

Información y/o documentos que permiten demostrar el trabajo independiente e ingresos (comprobantes de ingresos y gastos):

---



---



---



---



---



---

La CCSS se reserva la potestad de solicitar ampliación o aclaraciones de la información suministrada, ante eventuales dudas sobre la procedencia de la afiliación como trabajador independiente, la fecha de inicio de su actividad económica y el monto de los ingresos netos declarados. La referida información deberá ser suministrada en el plazo de 5 días hábiles, transcurrido el plazo señalado se procederá con la finalización del trámite según corresponda. Tales requerimientos se harán por escrito y de manera motivada.

\_\_\_\_\_  
 Firma del solicitante

**USO EXCLUSIVO DEL FUNCIONARIO TRAMITADOR**

De conformidad con el estudio se determina que el solicitante califica para ser asegurado en la modalidad de Trabajador Independiente y de acuerdo con el presente estudio se establece un ingreso de: \_\_\_\_\_, con fundamento en

---



---



---



---

\_\_\_\_\_  
 Nombre y firma del funcionario

## ANEXO 6



### Caja Costarricense de Seguro Social

Dirección XXXXXX  
Área xxxxxx/ Subárea xxxxxxxxxx  
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 realizado 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	N° 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.

Firma del patrono \_\_\_\_\_

Número de Identificación \_\_\_\_\_

Tel. Habitación \_\_\_\_\_ Número Celular \_\_\_\_\_

Dirección casa de habitación del patrono: \_\_\_\_\_

# ANEXO 7

<b>Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario - Modelo 140 Versión 3</b> <small>2020</small>					
<i>Todos los campos con asterisco * son obligatorios/Nuestros trámites son gratuitos</i>					
I. Identificación del obligado tributario					
Número identificación *			Nombre completo *		
II. Domicilio fiscal					
Electrificadora *		Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Otras señas *					
III. Datos de contacto y notificación del obligado tributario					
Teléfono fijo 1	Teléfono fijo 2	Teléfono móvil 1 *	Teléfono móvil 2 *	Número fax 1	Número fax 2
Apartado postal		Código postal	Correo electrónico 1 *		
			Correo electrónico 2		
IV. Datos de la actividad económica					
Fecha inicio *		Código actividad *		Nombre de la actividad *	
Detalle descripción de la actividad económica *					
Nombre comercial			Especialidad		
Dirección de la actividad económica					
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Teléfono fijo		Otras señas *			
VI. Información de representante legal					
Número identificación *			Nombre completo *		
Dirección del representante legal					
Electrificadora *	Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	Fecha inicio *	
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Teléfono fijo		Otras señas *			
VII. Información del apoderado generalísimo sin límite de suma					
Número identificación *			Nombre completo *		

Fecha inicio *		Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio				Calle		Avenida	
Teléfono fijo		Otras señas *					
Correo electrónico							
Tipo de poder: Notario Público <input type="checkbox"/>		Digital <input type="checkbox"/>		Fecha de emisión:			
<b>IX. Régimen tributario</b>							
Régimen tributario: *		General <input type="checkbox"/>		Simplificado <input type="checkbox"/>		Fecha de inicio:	Fecha de fin:
Regímenes especiales IVA:		Bienes usados categoría c) <input type="checkbox"/>		Régimen especial del sector agropecuario:		NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
<b>X. Clasificación de impuestos</b>							
Renta/Utilidades <input type="checkbox"/>		Rentas de Capital Mobiliario <input type="checkbox"/>					
Impuesto al Valor Agregado/IVA <input type="checkbox"/>		Salas de juego (casinos) <input type="checkbox"/>					
Selectivo de consumo <input type="checkbox"/>		Bebidas envasadas sin alcohol <input type="checkbox"/>					
Productos del Tabaco <input type="checkbox"/>							
Bebidas alcohólicas <input type="checkbox"/>							
Rentas de Capital Inmobiliario <input type="checkbox"/>							
<b>XII. Método de facturación</b>							
Comprobante preimpreso <input type="checkbox"/>		Caja registradora <input type="checkbox"/>		Emisor-receptor no confirmante <input type="checkbox"/>			
Factura electrónica (Emisor-Receptor electrónico) <input type="checkbox"/>							
Factura electrónica (Receptor electrónico-No emisor) <input type="checkbox"/>							
Factura electrónica (Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos) <input type="checkbox"/>							
Factura electrónica (Emisor-Receptor electrónico/Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos) <input type="checkbox"/>							
Tipo de sistema: Desarrollo interno <input type="checkbox"/>		Sistema de un proveedor <input type="checkbox"/>		Sistema gratuito de un proveedor <input type="checkbox"/>		Sistema gratuito del Ministerio de Hacienda <input type="checkbox"/>	
Requisitos: a. Posee conexión a internet <input type="checkbox"/>		b. Cuenta con firma electrónica: <input type="checkbox"/>		c. El sistema emite los respectivos archivos XML <input type="checkbox"/>			
<b>XI. Autorizaciones especiales</b>							
Comercializador de vehículos usados <input type="checkbox"/>		Proveedor de caja registradora <input type="checkbox"/>					
<b>XIII. Presentación. Autenticación de firma</b>							
Declaro bajo fe de juramento que los datos consignados en este formulario son ciertos, por lo que asumo las responsabilidades y consecuencias legales que correspondan en caso de falsedad, inexactitud u omisión.							
Firma del obligado tributario o representante legal						Firma del Abogado o Notario	
Autenticación:						Sello y Timbres	
NOTA: Incluya la firma digital para ser presentado por correo electrónico o la firma autógrafa del obligado tributario o del representante legal cuando se presente un físico con poder suficiente a las oficinas de las Administraciones Tributarias a realizar este trámite, para ello el formulario debe estar completo y con la firma autenticada por abogado o notario.							
<b>DE USO EXCLUSIVO PARA LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</b>							
Nombre y Firma del funcionario:				Sello del RUT		Fecha de Recepción:	
Original: Administración Tributaria				Copia: Obligado Tributario			

## ANEXO 8

### Encuesta para la Creación del Taller de Nena en San Antonio de Coronado

El cuestionario es parte de la investigación de una tesis universitaria por lo que sus fines son exclusivamente académicos. “La información proporcionada a través de esta encuesta es de carácter confidencial y de uso exclusivamente académico”

1- Indique su genero

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no indicar

2- ¿Cuál es su rango de edad?

- 20-30 años
- 31- 40 años
- 41- 50 años
- Más de 50 años

3- ¿Es vecino de San Antonio de Coronado?

- Si
- No

4- ¿Dónde realiza normalmente la compra de prendas de vestir?

- Tiendas física en San Antonio
- Tiendas físicas fuera de San Antonio
- Centros Comerciales
- Catálogos
- Páginas de internet o redes sociales

5- ¿Tiene acceso a internet?

- Si
- No

6- ¿Ha realizado compras por Internet de forma virtual?

- Si
- No

7- ¿Realizaría la compra de prendas de vestir de forma virtual?

- Si
- No

8- ¿Cómo prefiere la entrega del producto para compras virtuales?

- Retiro en el taller o tienda
- Entrega a domicilio personalizada
- Entrega por Correos de Costa Rica

9- Bajo la modalidad virtual, ¿Cómo prefiere que se le haga llegar la información acerca de la lista los productos y precios?

- WhatsApp
- Redes Sociales
- Correo electrónico
- Mensaje de texto

Otro: \_\_\_\_\_

10- ¿Qué tan probable es que usted recomiende comprar prendas de vestir en un negocio local de San Antonio de forma virtual?

- Muy Probable
- Probable
- Poco Probable
- Improbable

11- ¿Qué tipo de ropa suele usar?

- Ropa Fresca
- Ropa Abrigada

12- ¿Qué prenda compraría en el Taller de Nena para usted?

- Camisetas
- Sudaderas
- Pijamas
- Buzos
- Vestidos

Otro (a): \_\_\_\_\_

13- ¿Qué prendas compraría en el Taller de Nena de la línea infantil?

- Pijamas
- Buzos
- Vestidos
- Conjuntos de short y camiseta
- No compraría ropa infantil

Otro (a): \_\_\_\_\_

14- ¿Qué tan frecuente compra prendas de vestir?

- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- Más de 3 veces al mes
- Más de 4 veces al mes

15- ¿Qué método de pago utiliza para pagar sus compras?

- Tarjeta

- Transferencia Sinpe Móvil
- Efectivo
- Otro: \_\_\_\_\_

16- ¿Que considera importante a la hora de realizar la compra sus prendas de vestir?

Calidad

Diseño

Entrega

Servicio al cliente

17- ¿Normalmente cuanto invierte al mes en la compra de prendas de vestir?

- Entre c5.000 a c20.000 colones por mes
- Entre c21.000 a c35.000 colones por mes
- Entre c36.000 a c50.000 colones por mes
- Mas de c50.000 colones por mes

18- ¿Cuánto pagaría por un conjunto de pijama de adulto?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

19- ¿Cuánto pagaría por un conjunto de buzo de adulto?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

20- ¿Cuánto pagaría por una sudadera?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

21- ¿Cuánto pagaría por una camiseta?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

22- ¿Cuánto pagaría por un vestido?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000

- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

23- ¿Cuánto pagaría por un conjunto de pijama infantil?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

24- ¿Cuánto pagaría por un conjunto de buzo infantil?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

25- ¿Cuánto pagaría por un conjunto de short y camiseta infantil?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

26- ¿Cuánto pagaría por un vestido infantil?

- De c5.000 a c10.000
- De c11.000 a c16.000
- De c17.000 a c23.000
- De c24.000 a c29.000
- Mas de 29.000

ANEXO 9

ANEXO 10

ANEXO 11