

**UNIVERSIDAD
HISPANOAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
ÉNFASIS EN BANCA Y FINANZAS**

*Tesis para optar por el grado académico de
Licenciatura en Administración de Negocios con
énfasis en Banca y Finanzas*

**PODER ESTABLECER LA VIABILIDAD
OPERATIVA Y FINANCIERA PARA
ESTABLECER UN EMPRENDIMIENTO
PARA LA VENTA DE ROPA DE SEGUNDA
MANO IMPORTADA EN CARRIZAL DE
ALAJUELA DIRIGÍDA A MUJERES
ENTRE 18 Y 40 AÑOS, A ABRIL DEL 2021**

CAROL GÓMEZ JIMÉNEZ

Diciembre, 2021

ÍNDICE

TABLA DE CONTENIDOS

INDICE DE FIGURAS.....	10
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	11
AGRADECIMIENTO	12
DEDICATORIA.....	13
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
PALABRAS CLAVES.....	17
KEY WORDS.....	17
CAPITULO I:.....	18
INTRODUCCIÓN	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1.2. Delimitación del problema.....	24
1.1.3 Justificación	25
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	26
1.3 OBJETIVOS.....	26
1.3.1 Objetivo General	26
1.3.2 Objetivos Específicos.....	26
2.1 MARCO TEÓRICO	29
2.1.1 Historia de la moda	29
2.1.2 La moda vintage	29
2.1.3 Ropa usada.....	30
2.1.4 Venta de prendas de vestir virtualmente	31
2.1.5 Tiendas de ropa	32
2.2 MARCO CONCEPTUAL	32
2.2.1 Plan de Negocios	32
2.2.2 Emprendimiento	33
2.2.3 Oferta.....	33
2.2.4 Demanda.....	33
2.2.5 Definición de mercado.....	34
2.2.6 Estudio de mercado	34
2.2.7 Investigación de mercados	35

2.2.8 Mercado meta	36
2.2.9 Mezcla de mercadeo:	36
2.2.10 Estudio técnico organizacional	38
2.2.11 Plan Financiero – económico	46
2.2.12 Pymes en Costa Rica.....	53
2.2.13 Importación de ropa usada a Costa Rica	54
2.3 MARCO CONTEXTUAL.....	56
Historia del distrito de Carrizal.....	56
CAPÍTULO III: MÉTODO	57
3.1 ENFOQUE.....	58
3.2 ALCANCE.....	59
3.3 DISEÑO	61
3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO	62
3.4.1 Población	62
3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión	64
3.4.4 Consideraciones éticas	65
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	65
3.5.1 Encuesta	66
3.5.2 Entrevista	66
3.5.3 Observación Directa.....	67
3.5.4 Análisis de Documentos	67
3.5.5 Escala de actitudes	67
3.5.6 Internet.....	67
3.5.7 Análisis de contenido cuantitativo	68
3.5.8 Observación	68
3.6 VARIABLES (ESTUDIO CUANTITATIVO) O CATEGORÍAS (ESTUDIO CUALITATIVO).....	69
3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS	70
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	71
4.1 Investigación de mercado	72
4.2 Estrategias de mercadeo	83
4.3 Estudio financiero de la rentabilidad del proyecto	84
4.3.1 Inversión Inicial de la tienda de ropa	85

4.3.2 Cálculo de la depreciación:	85
4.3.3 Presupuesto de Ventas:	85
4.3.4 Presupuesto de Salarios:	86
4.3.5 Provisiones de Ley:	86
4.3.6 Riesgos de Trabajo:	86
4.3.7 Cargas Sociales:	87
4.3.8 Costos Fijos:	87
4.3.9 Costos Variables:	87
4.3.10 Costo Total de Producción:	87
4.3.11 Financiamiento:	88
4.3.12 Capital de Trabajo:	88
4.3.13 Estado de Resultados:	89
4.3.14 Flujo proyectado:	89
4.3.15 Valor Actual Neto (VAN):	90
4.3.16 Tasa Interna de Retorno (TIR):	90
4.3.17 Período de Recuperación:	91
4.3.18 Punto de Equilibrio:	91
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	93
5.1 Interpretación de los resultados.....	94
5.2 Análisis del estudio financiero de la rentabilidad del proyecto	99
5.3 Respondiendo a la pregunta de la investigación: ¿Es factible financiera y operativamente la creación de un emprendimiento de venta de ropa de segunda mano en el Distrito de Carrizal de Alajuela?.....	108
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.....	109
CAPÍTULO VII: PROPUESTA	116
7.1 Nombre de la propuesta.....	117
7.2 Institución, organización, o población en el cual se desarrollará.....	117
7.3 Objetivo general y específico de la propuesta.....	117
7.4 Cronograma de actividades y responsables.....	118
7.5 Presupuesto necesario para su implementación	118
7.6 Descripción detallada de las fases de la propuesta.....	119
REFERENCIAS.....	121
ANEXOS.....	129

Anexo N° 1: Solicitud de Patente Comercial	130
Anexo N° 2: Solicitud de Uso de Suelo para Patente Comercial.....	131
Anexo N° 3: Permiso de Funcionamiento.....	132
Anexo N° 4: Inscripción ante el Ministerio de Hacienda mediante el formulario de “Declaración de Inscripción en el Registro Único tributario”.	133
Anexo N° 5: Solicitud de inscripción patronal persona física Caja Costarricense del Seguro Social.	135
Anexo N° 6: Encuesta realizada mediante el formulario de Google Forms.	137
Anexo N° 7: Declaración Jurada.....	141
Anexo N° 8: Carta del Tutor.	142
Anexo N° 9: Carta del Lector.....	143
Anexo N° 10: Carta de autorización de los autores para la consulta pública.	144

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: “Cuadro 3, nivel educativo de los emprendedores al fundar la empresa, por sector y tamaño de firma”:	23
Tabla N° 2: Cantidad de población del distrito de Carrizal de Alajuela.....	24
Tabla N° 3. Cuotas correspondientes a los seguros de salud y pensiones:	44
Tabla N° 4. Cálculo de la muestra.....	64
Tabla N° 5. Criterios de inclusión y exclusión.....	64
Tabla N° 6: Operacionalización de las variables:	69
Tabla N°7. Distribución por edades	73
Tabla N°8. Profesión u oficio.	74
Tabla N° 9. Cantidad de personas que comprarían ropa usada.	75
Tabla N°10. Nivel de importancia de la ropa.	76
Tabla N°11. Que observa en el momento de comprar una prenda.	76
Tabla N°12. Prendas que prefieren adquirir.....	77
Tabla N°13. Precios dispuestos a pagar	78
Tabla N°14. Motivación para comprar ropa usada.....	79
Tabla N°15. Medios para recibir información.	79
Tabla N°16. Frecuencia de compra de ropa usada.	80
Tabla N° 17. Tiendas en Carrizal de Alajuela que venda ropa usada.	81
Tabla N°18. Probabilidad de recomendar la tienda de ropa de segunda mano.....	82
Tabla N°19. Que le disgusta de la ropa de segunda mano.	82
Tabla N° 20. Inversión Inicial.....	85
Tabla N° 21 Depreciación.....	85
Tabla N° 22 Ingresos.....	85
Tabla N° 23 Salarios	86
Tabla N° 24 Cálculo de las provisiones de ley	86
Tabla N° 25 Cálculo Riesgos de Trabajo	86
Tabla N° 26 Cálculo de las Cargas Sociales	87
Tabla N° 27 Cálculo de los Gastos Fijos	87
Tabla N° 28 Cálculo de los Gastos Variables	87

Tabla N° 29 Cálculo del Costo Total Efectivo	87
Tabla N° 30 Cálculo de la cuota, amortización e intereses del préstamo a 5 años plazo	88
Tabla N° 31 Cálculo del capital de trabajo.....	88
Tabla N° 32 Estado de Resultados proyectado a 5 años.....	89
Tabla N° 33 Flujo proyectado a 5 años	89
Tabla N° 34 Cálculo del VAN	90
Tabla N° 35 Cálculo del TIR.....	90
Tabla N° 36 Cálculo del Período de Recuperación (Payback).....	91
Tabla N° 37 Cálculo del Punto de Equilibrio	91

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Ubicación Carrizal.....	25
Figura N° 2. Fórmula del VAN.....	49
Figura N° 3. Fórmula del TIR	50
Figura N° 4. Fórmula del Punto Equilibrio.....	51
Figura N° 5. Alcances.	60
Figura N° 6. Cálculo del tamaño de la muestra	63
Figura N° 7. Edades	73
Figura N° 8. Profesión u oficio.....	73
Figura N° 9. Compraría ropa usada.	74
Figura N° 10. Nivel de importancia de la ropa.....	75
Figura N° 11. Que observa en el momento de comprar una prenda.....	76
Figura N° 12. Prendas que prefieren adquirir.	77
Figura N° 13. Precio dispuesto a pagar.....	77
Figura N° 14. Motivación para comprar ropa usada.	78
Figura N° 15. Medios para recibir información.....	79
Figura N° 16. Frecuencia de compra de ropa usada.	80
Figura N° 17. Tiendas en Carrizal de Alajuela que venda ropa usada.....	80
Figura N° 18. Probabilidad de recomendar la tienda de ropa de segunda mano.....	81
Figura N° 19. Que le disgusta de la ropa de segunda mano.....	82
Figura N° 20: Fases de la propuesta.....	119

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imágenes N° 1: Maneras de mostrar las prendas.	83
Imagen N° 2: Sugerencia de uso.	84
Imagen N° 3: Logo	117
Imagen N° 4: Cronograma de Actividades.....	118

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le agradezco a Dios por permitirme estar más cerca de poderme graduar, ha sido un camino largo y duro y solamente con la ayuda de Él he podido seguir adelante y no desistir.

A mi esposo y mis hijos que son mi pilar fundamental y por quienes lucho cada día; a mi mamá por siempre apoyarme y ayudarme con mis hijos cuando lo necesitaba y poder continuar con mis estudios.

A la empresa en la que trabajo que siempre me ayudaron a financiar una parte de las materias e incluso de la tesis.

Por todos los profesores que nos brindaron el conocimiento para estar ya en esta recta final, y especial a la tutora que ha sido la compañera y apoyo durante este periodo de la tesis.

Finalmente, a todas la personas que me ayudaron con información que requería para poder completar mi tesis y lo hicieron siempre de forma muy cordial y desinteresada.

¡Que Dios los bendiga a todos!

DEDICATORIA

Mi tesis va dedicada a Dios en primer lugar que nunca me dejó durante todos estos años de estudio, a mis hijos Isaac y Fátima que son mis pilares para luchar y seguir adelante cada día y finalmente a mis papas que siempre me enseñaron valores y a luchar cada día por nuestros sueños.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general analizar la factibilidad financiera y operativamente de la creación de una tienda física y virtual de venta de ropa de segunda mano en el Distrito de Carrizal de Alajuela en el primer cuatrimestre del año 2021.

Este proyecto de venta de ropa de segunda mano es un emprendimiento en el cual se pretenden vender prendas de vestir para mujeres, niños y niñas, la cual es importada directamente de Estados Unidos a través de un distribuidor local. Dicha tienda se pretende colocar en el distrito de Carrizal de Alajuela, y además de ser una tienda física también se trabajará de manera virtual y se harán envíos a todas partes del país.

La propuesta se perfila como una alternativa de negocio, el cual me motiva porque sé que muchas mujeres podrán vestir con ropa bonita, única y a bajo costo, además de la contribución al medio ambiente. En los últimos años la industria textil se ha convertido en la segunda más contaminante del planeta. Además, la “moda rápida” (descartar las prendas a pocos días porque según la industria no está de moda), trae consigo aumento de la desigualdad y pobreza.

Para la presente investigación se utilizará el enfoque mixto, dado que se plantea realizar una investigación sobre la venta de ropa de segunda mano; se va a medir la factibilidad financiera y la aceptación de esta moda entre la muestra.

Se realizó una encuesta por medio de “Google Forms” a una muestra de 251 mujeres las cuales oscilan entre los 18 y 40 años, y son del pueblo de Carrizal de Alajuela, los resultados fueron bastante positivos y todo indica que será un negocio viable; además el estudio financiero realizado muestra todos los meses utilidades y constante crecimiento cada año; lo que hace pensar que será un negocio exitoso. Operativamente de igual manera es posible, únicamente es importante

tramitar los permisos respectivos con las diferentes entidades gubernamentales en Costa Rica (Municipalidad, Ministerio de Salud, Tributación Directa, C.C.S.S y el I.N.S).

Gracias a las diversas plataformas tecnológicas (Facebook, Instagram y WhatsApp) las posibilidades de dar a conocer la tienda a muchas mujeres más son muy probables, ya que permitirán publicar el negocio sin hacer una gran inversión, y donde habrá muchísimas personas viendo las publicaciones.

Al estar en un año pandémico por el COVID -19, la situación económica del país está muy complicada y hay muchas personas sin trabajo aún, por eso es muy importante establecer una excelente relación con nuestros proveedores, para poder tener costos bajos y así poder vender a precios competitivos y alcanzables para nuestros clientes.

ABSTRACT

The general objective of this research is to analyze the financial and operational feasibility for the creation of a physical and virtual store for the sale of second-hand clothes in the Carrizal district of Alajuela in the first four months of the year 2021.

This second-hand clothing sales project is an undertaking intended to sell clothing for women, children, and girls, which is imported directly from the United States through a local distributor. This store is intended to be located in the Carrizal district of Alajuela, in addition to the physical store, it will also operate virtually, and shipments will be provided to all parts of the country.

The proposal is emerging as a business alternative, which motivates me because I know that many women will be able to wear beautiful, unique and low-cost clothes, in addition to

contributing to the environment. In recent years the textile industry has become the second most polluting on the planet. In addition, "fast fashion" (discarding the garments in a few days because according to the industry it is not fashionable), brings with it an increase in inequality and poverty.

For the present investigation, mixed approach will be used, since it is proposed to carry out an investigation on the sale of second-hand clothes, the financial feasibility and acceptance of this mode among the sample.

A survey was conducted through google forms to a sample of 251 women who range between 18 and 40 years and are from the town of Carrizal in Alajuela. The results were quite positive, and everything indicates that it will be a viable business; In addition, the financial study carried out shows profits every month and constant growth every year; which suggests that it will be a successful business. In the same way it is expected to be possible from an operational perspective, it is only important to process the respective permits with the different government entities in Costa Rica (Municipalidad, Ministerio de Salud, Tributación Directa, C.C.S.S and I.N.S).

Thanks to the various technological platforms (Facebook, Instagram, and WhatsApp) the possibilities of making the store known to many more women are very likely, since they will allow the business to be published without making a large investment, and where there will be many people viewing the publications.

Being in a pandemic year due to COVID-19, the country's economic situation is very and challenging there are many people still without a stable job. Considering this, it is very important to establish an excellent relationship with our suppliers, to have low costs and thus be able to sell at competitive and affordable prices for our clients.

PALABRAS CLAVES

- **Ropa de segunda mano:** ropa que fue utilizada antes por otra persona.
- **Emprendimiento:** es la decisión que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas.
- **Moda:** es la tendencia de ropa que aparece en revistas, televisión y redes sociales.
- **Proveedor:** es quien suministra un bien o servicio.

KEY WORDS

- **Second-hand clothing:** clothing that was previously used by someone else.
- **Entrepreneurship:** it is the decision an individual makes to start a new project through ideas.
- **Fashion:** it is the clothing trend that appears in magazines, television, and social networks.
- **Provider:** is the one who supplies a goods or services.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

En este capítulo se va a mencionar algunos antecedentes internacionales y nacionales sobre emprendimiento y el auge que está teniendo la moda del uso de ropa de segunda mano y que tuvo en el pasado. Además, los objetivos de la investigación y el que me motivo hacer este estudio.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Antecedentes internacionales y nacionales.

El comercio de bienes se remonta desde la prehistoria, con el conocido trueque donde intercambiaban una cosa por otra, sin intervención de dinero; esto ha ido evolucionando y hoy en día se da todo tipo de intercambios, tanto de bienes como de servicios para satisfacer las necesidades y gustos de las personas.

El emprendedurismo es un estimulador del crecimiento económico, además de generador de empleos:

El primero en poner de manifiesto que el emprendedor es un ente generador de crecimiento económico fue Schumpeter (1934). Desde entonces, hasta fechas más reciente, estudios como los de Johnson y Loveman (1995) demuestran la importancia del desarrollo de las economías de mercado a través de los emprendedores de éxito; así como otros investigadores constatan que la creación de nuevos negocios tiene como principal recurso la figura del emprendedor. Por tanto, es lógico que el espíritu emprendedor sea uno de los nuevos campos de investigación en la Administración de Empresas. (Junco, Álvarez, Reina, 2007, p. 3).

In the book called: *Clothing Poverty: The hidden World of Fast Fashion and Second – Hand Clothes* the author says:

“...In simple terms fast fashioning is the rapid production of stylish, yet ever-changing and inexpensive new clothing designs for mass market retail. In the last few years, since the publications of the first edition of Clothing Poverty, the speed of fashion has accelerated. (Brooks, 2019, p.6)...”

El texto anterior se traduce de la siguiente manera:

En el libro titulado: Pobreza en la ropa: el mundo oculto de la moda rápida y la ropa de segunda mano, dice el autor:

En términos simples, moda rápida es la rápida producción de nuevos diseños de ropa elegantes, pero siempre cambiantes y económicos para el mercado minorista masivo. En los últimos años, desde las publicaciones de la primera edición de Pobreza en la ropa, la velocidad de la moda se ha acelerado.

Con el paso del tiempo vamos hacia un consumo responsables donde se evitan los desperdicios y se recicla todo lo que es posible; como no podría ser de otra manera Gonzalo Juliani dice: “Esta tendencia está también llegando de forma contundente al sector del textil. Por eso analizo en este artículo las franquicias de ropa de segunda mano como nueva y exitosa tendencia de negocio que ha venido para quedarse” (2020).

Costa Rica se ubica en quinto puesto de emprendimientos, según estudio realizado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), llamado “*Costa Rica se ubica en quinto puestos de emprendimiento*”, Costa Rica mejoró un puesto a nivel del Ranking en América Latina, de acuerdo al último informe de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico 2017 en América Latina (ICSEd-Prodem), el cual evalúa el capital humano emprendedor y sus

determinantes, factores que afectan el espacio de oportunidades y que promueven o inhiben el desarrollo de emprendimientos dinámicos.

Un estudio realizado en Costa Rica indica que los principales obstáculos para iniciar un negocio se encuentra el acceso a los recursos: “en el caso de las mujeres es un porcentaje representativo (79.01%) de las mujeres encuestadas iniciaron su negocio con fondos propios, seguido de prestamistas informales, bancos públicos y prestamos empresariales” (Rodríguez, 2020, p. 36).

La economía de las personas cada vez es más restringida, por eso muchos de ellos aprovechan las ofertas, buscan lugares donde se pueda financiar tasa cero, compra de artículos o ropa usada, entre otros. Piscocoya y García indican lo siguiente con respecto a la ropa usada:

El factor económico es un atributo muy resaltante, un grupo de este mercado estaría compuesto por aquellas personas que acuden a tiendas de ropa usada para adquirir artículos más baratos que los que se ofrecen en centros comerciales convencionales. Estas personas no pueden o quieren destinar grandes sumas de dinero a su vestimenta y prefieren aprovechar estas tiendas para renovar su armario. También puede ser que necesiten adquirir una prenda con un precio elevado, como un vestido de fiesta, y no creen necesario comprarla nueva, por lo que acuden en busca de una buena prenda que la sustituya. (p. 13).

Los mercados *vintage*, es decir donde se vendan artículos de segunda mano o antiguos están muy de moda, en Costa Rica la venta de ropa de segunda mano a tomando un gran auge y muchas personas se están dedicando a este mercado, esto lo podemos notar fuertemente en redes sociales.

El emprendimiento se ha vuelto más frecuente debido que es un pilar fundamental para que la población crezca económicamente mediante la generación de empleos y el crecimiento del país. La comisión europea presento un documento para fomentar el espíritu empresarial, en 1998, denominado: “*Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future*”, donde se define el espíritu empresarial como:

Proceso dinámico por el que las personas descubren continuamente las oportunidades de negocio y actúan en consecuencia, inventando, produciendo y vendiendo bienes y servicios en el que son necesarias cualidades como la confianza en sí mismo, la capacidad de asumir riesgos y la dedicación” (Vallmitjana, s.f , p. 18).

Según estudio realizado por el Tecnológico de Costa Rica (TEC), se indica lo siguiente con respecto al nivel educativo de los emprendedores:

En el tema de educación, el cuadro 3 deja ver que poco más de la mitad de los emprendedores posee educación universitaria, y solo un 15%, aproximadamente, posee únicamente educación primaria. Es interesante apreciar cómo, por ejemplo, en las empresas medianas aumenta bastante el porcentaje de emprendedores con educación universitaria (58,9% contra una media aproximada de 47%) y de posgrado (5,7% si se compara con el valor cercano al 4% en los demás casos), aunque, de forma curiosa, donde más personas con posgrados hay es en el sector de agricultura y pesca (5,8%). Por otro lado, también se aprecia que donde menos emprendedores hay que cuenten solamente con educación primaria es en las empresas medianas (4,4% frente a una media de 15,4%). (Leiva, 2013, p. 11).

Tabla N° 1: “Cuadro 3, nivel educativo de los emprendedores al fundar la empresa, por sector y tamaño de firma”:

		Nivel de escolaridad cuando iniciaron con la empresa					
		Primaria o menos % de la fila	Secundaria % de la fila	Técnico % de la fila	Universitaria % de la fila	Postgrado % de la fila	NS/NR % de la fila
Principal actividad codificada (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	14,40%	21,6%	5,20%	52,30%	4,00%	23,10%
	Comercio	11,80%	27,00%	10,00%	46,20%	4,00%	37,00%
	Industria	17,80%	29,30%	4,20%	41,80%	3,50%	38,20%
	Agricultura y pesca	24,10%	21,30%	5,80%	40,30%	5,80%	5,80%
	Total (Media)	15,40%	23,9%	6,5%	47,8%	4,2%	26,6%
Tipo de empresa final (Estrato Ajustado) por diferencias del	Micro	17,60%	24,1%	5,0%	47,8%	4,1%	25,90%
	Pequeña	8,80%	23,6%	11,8%	47,2%	4,6%	31,10%
	Mediana	4,40%	11,3%	0,0%	58,9%	5,7%	31,80%
	Total (Media)	15,40%	23,9%	6,5%	47,8%	4,2%	26,60%

Fuente: Encuesta MIPYMES, 2011

The industry has devastating social and environmental impacts. So says the creator of the NUW page:

Saw this firsthand when volunteering in India in 2013 (the same year as the Rana Plaza disaster). I was angry and frustrated that I had been so complicit in an industry that caused so much harm, and I was heartbroken because I didn't feel I could enjoy fashion without contributing to the problem" (Aisling, s.f).

El texto anterior se traduce de la siguiente manera:

La industria tiene impactos sociales y ambientales devastadores. Esto dice creador de la página NUW:

Vi esto de primera mano cuando me ofrecí como voluntario en India en 2013 (el mismo año que el desastre de Rana Plaza). Estaba enojado y frustrado por haber sido tan cómplice de una industria que causaba tanto daño, y estaba desconsolado porque no sentía que pudiera disfrutar de la moda sin contribuir al problema

1.1.2. Delimitación del problema.

El comercio de ropa es un negocio que va en aumento cada día, solo por el simple hecho que las personas necesitan vestirse, se convierte en una necesidad básica; se torna en una oportunidad de negocio el establecer la viabilidad financiera de la venta de ropa de segunda mano, dirigida a mujeres y niños.

Delimitación temporal: la investigación para identificar la viabilidad de financiera de este proyecto se realizará en el primer cuatrimestre del año 2021.

Delimitación demográfica: la investigación será realizada en mujeres de 18 a 40 años, en el distrito de Carrizal, que es donde se propone situar la tienda física, también se proyecta la idea del envío de ropa a todo el país, por eso la tienda se pretende que sea virtual y física.

Tabla N° 2: Cantidad de población del distrito de Carrizal de Alajuela.

Provincia, cantón y distrito	Población Año 2011		
	Población total	Hombres	Mujeres
Carrizal	6 856	3 421	3 435

Fuente: INEC, 2011.

En Carrizal de Alajuela no existe en este momento este tipo de tiendas donde se comercialice la venta de ropa de segunda mano, es todo un reto porque es un negocio nuevo y además que pensara la gente en “usar ropa que no es nueva”, existe competencia del llamado “polaco” pero los precios son bastantes elevados, y el plan de la ropa de segunda mano es que sea a precios muy accesibles, por eso la idea resulta bastante innovadora.

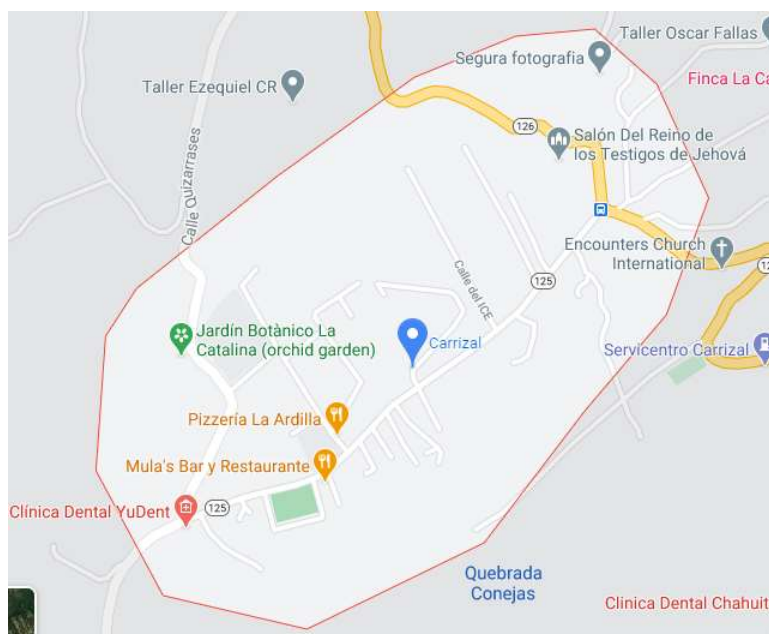


Figura N° 1. Ubicación Carrizal. Recuperado de:
<https://www.google.com/maps/place/Provincia+de+Alajuela,+Carrizal/@10.0878009,-84.1715245,16z/data=!4m5!3m4!1s0x8fa0f1146ea5550b:0x3e8ad7d5d2d293b7!8m2!3d10.0867332!4d-84.1685722>

1.1.3 Justificación

La presente investigación pretende determinar la viabilidad financiera y operativa para establecer un emprendimiento de ropa de segunda mano, en el cual se ofrezca ropa para damas, y niños; una opción para las mujeres que les guste vestirse y vestir a sus hijos con prendas de marca, originales y a precios muy accesibles, se analizará establecer una tienda física y además de venta virtual con envíos por medio de correos de Costa Rica.

La propuesta se perfila como una alternativa de negocio, para un futuro emprendimiento, el cual me motiva porque sé que muchas mujeres podrán vestir con ropa bonita, única y a bajo costo, además de la contribución al medio ambiente. En los últimos años la industria textil se ha convertido en la segunda más contaminante del planeta. Además, la “moda rápida” (descartar las prendas a pocos días porque según la industria no está de moda), trae consigo aumento de la desigualdad y pobreza.

El aporte teórico que se utilizará para esta investigación será por medio de libros, artículos de periódicos, redes sociales y herramientas de búsquedas de internet (Google y Google académico).

El aporte metodológico se realizará mediante un muestreo a la población en estudio, por medio de encuestas para entender la factibilidad de este.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Es factible financiera y operativamente la creación de un emprendimiento de venta de ropa de segunda mano en el Distrito de Carrizal de Alajuela?

La sociedad de hoy en día se basa en consumismo, una manera de beneficiar el presupuesto de las personas, salvar y respetar el medio ambiente y adicionalmente satisfacer las ansias de comprar productos únicos, es comprar ropa de segunda mano o vintage. En base a esto se formula la pregunta anterior.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad financiera y operativamente de la creación de una tienda física y virtual de venta de ropa de segunda mano en el Distrito de Carrizal de Alajuela en el primer cuatrimestre del año 2021.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar las necesidades que tiene actualmente el mercado meta al cual va dirigido el emprendimiento para ofrecer las prendas.
- b) Anotar los requerimientos legales, administrativos y tributarios en Costa Rica para la puesta en marcha de un nuevo negocio.

- c) Definir las estrategias de mercadeo a utilizar para la comercialización de los productos, y así lograr captar la atención de los futuros clientes.
- d) Determinar la viabilidad financiera y rentabilidad del emprendimiento en un horizonte de cinco años, con el fin de valorar su implementación.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIAL

En este capítulo vamos a reunir los distintos elementos del marco teórico, conceptual y contextual de la tesis. Vamos a estudiar los diferentes conceptos que conformaran la investigación y enfocarnos en estos para el desarrollo del proyecto.

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Historia de la moda

La moda tuvo su origen en la época medieval y se desarrolló durante los siglos XVI y XVII, las prendas tenían un costo elevado, Riello (2012) afirmo lo siguiente:

La indumentaria tenía, sin embargo, un coste elevado y, además, quien quería un vestido nuevo tenía que “hacérselo hacer”. Se empezaba con el tejido. En muchos casos la materia prima –que solía ser lana y lino– se producía en casa, hilada por las esposas y las hijas y tejida por los maridos. (p. 12).

En Costa Rica algunas prendas se conservan como recuerdo de tendencia y estilos mundiales, según estudio realizado por la revista PERFIL, por Báez E y Montero C (2014), indican lo siguiente:

El tapado de armiño rosado, el abanico de ébano pintado a mano, el pequeño corsé con la seda comida por polilla, los guantes de cabretilla, el hermoso vestido plateado Chanel, el polizón remendado color vino, la enagua verde importada de México y los zapatos de seda, raso y madera que caminaron por la Costa Rica de finales del siglo XIX. (“Un armario de más de 500 años, párrafo 1).

2.1.2 La moda vintage

El término vintage puede utilizarse para hacer alusión a todo tipo de objetos, muebles, ropa, diseños, instrumentos, entre otros. Hoy en día el término vintage es muy popular, hay personas

que decoran su hogar con muebles y objetos antiguos, también se realizan fiestas o actividades con vestimentas a la moda de otras épocas. Entre las ventajas de mayor importancia de la moda vintage está la oportunidad de reutilizar y así dar otra oportunidad a esos objetos o prendas de vestir.

La historia de la moda vintage se da desde comienzos de la Primera Guerra Mundial, la idea de ropa vintage o de reutilizar la ropa comenzó a tomar vida:

En las épocas de guerra las dificultades económicas son comunes, por tanto, se enmiendan, arreglan y reparan las piezas. También se pasan de una generación a otra en una familia. Luego, a finales del siglo XX hubo un incremento en la demanda de ropa de marca. Pero, a finales de los 80 en Estados Unidos volvió la ropa vintage, porque se buscaba reducir precisamente el uso de ropa de marca. De ahí, poco a poco la ropa vintage paso de ser una subcultura, a ser parte del mainstream o la cultura masiva. Las razones de su uso incluyen la idea de la moda sostenible y cuidado del medio ambiente. (Lolita Multimarca, s.f)

2.1.3 Ropa usada

El uso de la vestimenta es una necesidad para el ser humano, su evolución se ha venido transformando de acuerdo con cada época, y así cambiando la moda de las prendas de vestir; Gómez y Arley (2019) afirmaron lo siguiente:

La moda del uso de ropa usada entre hombres y mujeres cada vez es una tendencia de negocio que se hace más fuerte en todos los estratos sociales y que llama la atención de los consumidores. Esta moda se impuso ya hace varios años y es conocida con el nombre de vintage y es además una forma de frenar el desmedido consumo de ropa, permitiendo prácticas como el reciclaje de prendas que están en un muy buen estado. (p. 6)

2.1.4 Venta de prendas de vestir virtualmente

Una muy buena opción para la venta de ropa es hacerlo de manera virtual, así no solo se enfoca en las personas que viven cerca de la tienda si no que puede hacer envíos a todo el país y lograr aumentar las ventas, para la creación de la tienda online se debe tomar en consideración lo siguiente:

1. **Debes de tomar imágenes de buena calidad:** Ten en cuenta que los clientes están acostumbrados a ir a una tienda de calle y meterse en el probador para ver cómo les queda la prenda escogida antes de decidirse a comprarla. Para acercar esta experiencia a nuestros clientes, deberás tomar fotos con suficiente luz, con fondo neutro y claro y la ropa perfecta, sin arrugas.
2. **Establece el precio de cada prenda.** No te pases de precio, estudia la competencia y pon precios competitivos en función de la calidad y el diseño de estas. Es importante que destagues bien cuál es tu valor diferencial para evitar luchar por precio.
3. **Describe bien la prenda:** Explica a la perfección como es la prenda, su tejido, la marca o el fabricante, composición y consejos para su uso y como combinarla, etc... De esta manera, te evitarás enfados del cliente y reclamaciones. **Especifica bien los materiales y la temporada** para evitar errores de compra.
4. **Crea una tabla de tallas:** Para saber correctamente como vender ropa por internet, debemos explicarme muy claramente cómo se determinan las tallas. Haz una tabla de cómo se debe tomar las medidas nuestros clientes en casa (contorno de la cintura, cuello, largo de manga, contorno de pecho, etc.), de manera, que al tener

claras sus medidas, pueda ver en la tabla que talla debe pedirnos sin equivocación y sin temor a devoluciones por error de peticiones de las tallas.

5. **Crea outfits con tu prenda:** Si tus clientes no se deciden por una prenda, realiza outfits (estilos combinando prendas), con programas de capturas y edición de imágenes, para crear tus propios looks de la prenda que vendes junto con otras de otras tiendas o marcas y con complementos. De esta manera, tu cliente sabrá cómo combinarla y decidirse a comprarla. (Mabysi, s.f).

2.1.5 Tiendas de ropa

Las 5 mejores tiendas de ropa en Costa Rica, expresado por Duanne (2018) en su canal de YouTube:

1. Tienda Faraz, frente al Hospital San Juan de Dios.
2. La Primera, por las paradas de San Pedro-
3. SINAI, 50 metros norte del parque de la democracia.
4. Tienda FARAZ, costado sur de la Caja Costarricense de Seguro Social.
5. Punto Americano, por la entrada del Barrio Chino. (Canal Atypical, 2018, 32s).

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Plan de Negocios

El término plan de negocio lo asociamos con el documento que tenemos que elaborar para poner en marcha la propuesta de negocio.

Viniegra (s.f) afirma lo siguiente:

El plan de negocios nos ayuda a visualizar hoy cómo deben de operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permitan alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible; esto es, producir el máximo de resultados con el mínimo de los recursos. (p.13).

2.2.2 Emprendimiento

Es la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un proyecto nuevo a través de ideas y oportunidades, con el fin de generar ingresos que le permita cubrir sus gastos y necesidades o como una segunda opción laboral para tener mejor solvencia económica.

La palabra emprendimiento es de origen francés *entrepreneur* que significa “pionero”.

2.2.3 Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a colocar en venta en el mercado.

Pedrosa (2015) define lo siguiente:

Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. (párr. 1).

2.2.4 Demanda

Es la solicitud de adquirir algo, es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir a precios de mercado, a fin de satisfacer las necesidades y deseos de las personas.

“En economía, el concepto de demanda siempre se suele estudiar ligado a la ‘oferta’, ya que ambas deben de ser analizadas conjuntamente para determinar la cantidad de bienes y servicios producidos y su valor monetario”. (Peiro, 2015, párr. 6).

2.2.5 Definición de mercado

Mercado según Thompson (2012):

El mercado es el conjunto de 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado. (párr.11).

2.2.6 Estudio de mercado

Es el diseño, la recopilación, el análisis, y estudio de un mercado en específico para la puesta en marcha de un negocio. Es estudiar al mercado para entender sus intereses, gustos y necesidades y así entender si nuestro emprendimiento va a ser competitivo.

Significado de estudio de mercado (2017), indica como concepto: “Es la recolección y análisis de datos que una empresa realiza para determinar su posicionamiento en la industria con respecto a los competidores con el fin de mejorar sus estrategias de negocio aumentando así su competitividad”. (párr. 1). Para la presente investigación el estudio de mercado se realizará con base a los resultados de una encuesta dirigida a la población de Carrizal de Alajuela, con la cual se pretende conocer los gustos, necesidades y preferencia de la población con respecto a la ropa.

Además, el estudio de mercado permite identificar los posibles competidores, entender que ofrecen en esas tiendas y así generar una estrategia competitiva, para generar la oportunidad de darse a conocer y consolidarse en el mercado de forma exitosa.

2.2.7 Investigación de mercados

Es la recopilación de datos para la determinación de los resultados cualitativos y cuantitativos que permiten predecir el futuro comportamiento de los clientes.

Codeglia, A (2020) en su blog da algunas ventajas de hacer una investigación de mercados:

1. Permiten contar con mayor documentación al momento de tomar decisiones que favorezcan al crecimiento y desarrollo de un negocio o empresa.
2. Proporcionan información real que ayuda a resolver problemas.
3. Permiten conocer el tamaño del mercado que desea cubrirse, en el caso de vender o lanzar un nuevo producto.
4. Permiten conocer las necesidades reales de los consumidores y detalles como gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etc.
5. Ayudan a saber cómo cambian los hábitos de compra del cliente para que, así, los emprendedores o dueños de negocios sean capaces de responder y adaptarse a ellos.
6. Ofrecen información valiosa que puede ser utilizada para mantener u ocupar un lugar importante en el mercado.
7. Permiten detectar nuevos nichos o micro nichos de mercado.

En la presente investigación el estudio de mercado se realizará con base a los resultados de una encuesta dirigida a la población del distrito de Carrizal de Alajuela, con

el fin de entender sus necesidades, gustos, preferencias con respecto a las tiendas de ropa de segunda mano.

2.2.8 Mercado meta

El mercado metas son los futuros clientes de la empresa, es el destinatario ideal del producto o servicio, es el sector al cual nos vamos a dirigir y en el que la organización pondrá sus esfuerzos. El cliente es el factor más importante, es al que le vamos a ofrecer el negocio, por tanto, es la razón de ser de las empresas.

Esta es una definición de mercado meta de una cita que citó Thompson (2006), "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir". (pág. 1).

Los mercados están divididos en segmentación, y se subdividen en cuatro grandes categorías:

- **Comportamiento:** relacionado con necesidades específicas y como se usa un determinado producto.
- **Ubicación:** país, provincia, cantón, distrito, pueblo, área, etc.
- **Demografía:** edad, género, ocupación, tamaño de familia, índice de natalidad, crecimiento poblacional, nacionalidad, religión, etc.
- **Psicográfica:** estilo de vida y opinión.

2.2.9 Mezcla de mercadeo:

El autor Coll (2020) afirmó lo siguiente:

La mezcla de mercadotecnia, por tanto, es el conjunto de variables, el conjunto de herramientas, con las que cuenta una empresa, o un responsable de marketing,

para lograr los objetivos que previamente se plantearon. La mezcla de mercadotecnia hace referencia a ese conjunto de variables que componen la estrategia de marketing de la compañía. Por esta razón, va muy ligada con el plan de marketing (párr. 2).

Las 4 P “s” son las siguientes:

1. **Producto:** conjunto de atributos tangibles (por ejemplo, un auto) o intangibles (por ejemplo un servicio de contabilidad) que la empresa ofrece al mercado meta. El producto tiene a su vez su propia mezcla: variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías.
2. **Precio:** cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado bien o servicio. El precio es la única variable que genera ingresos para la empresa, el resto solo genera egresos.

Sus variables son las siguientes: precio de lista, descuentos, complemento, período de pago y condiciones de crédito.
3. **Plaza:** es la distribución. Son todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta.

Sus variables son las siguientes: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística.
4. **Promoción:** el objetivo de la promoción es informar y recordar las características, ventajas y beneficios del producto

a promocionar. Son los medios o canales o técnicas que se utilizan en las empresas para dar a conocer el producto o servicios que ofrecen.

Sus variables son las siguientes: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, telemarketing y propaganda.

2.2.10 Estudio técnico organizacional

Se contemplan los aspectos físicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requerida.

2.2.10.1 Localización

El objetivo de la localización es analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, si es en la propia casa (si hay espacio para operar) o si va a alquilar un local comercial (lo cual implica costos generalmente altos).

Se debe buscar un lugar que ofrezca los máximos beneficios, los mejores costos, es decir donde obtengamos la máxima ganancia.

Para este proyecto en específico se busca establecer la viabilidad del emprendimiento en Carrizal de Alajuela, por varias razones: no hay tiendas de segunda mano en el sector, la emprendedora es vecina de Carrizal, el nivel de ingresos de la población es bajo-medio y al ser la ropa más barata que la nueva es un negocio interesante, es un sector donde hay recolección de café lo cual implica que venga gente del extranjero casi que solamente con la ropa que anda puesta.

2.2.10.2 Permisos Municipales

Cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. Ella implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación (Código Municipal, Ley N° 7794, Artículo 79).

Para el caso del emprendimiento se debe gestionar en la Municipalidad de Alajuela, la cual solicita los siguientes requisitos:

1. Formulario de solicitud de patente comercial.
2. Constancia de uso de suelo de patente resolución de ubicación.
3. Permiso sanitario de funcionamiento vigente o permiso de SENASA vigente.
4. Copia de cedula de identidad al día.
5. Encontrarse al día en los pagos de los tributos municipales.
6. Permiso de construcción o remodelación.
7. Informe registral del inmueble o certificación literal.
8. Constancia general de póliza de riesgos del trabajo, o constancia de exoneración en los casos que proceda.
9. Plano catastrado de la propiedad donde se instalará el local comercial.
10. Constancia de que el solicitante se encuentra inscrito como contribuyente emitida por el Ministerio de Hacienda, Tributación directa, en el cual indique el régimen al que pertenece (régimen simplificado o régimen de renta).
11. Llenar formulario de declaración jurada adjunto.
12. Adjuntar a esta solicitud los timbres fiscales de ₡125.00.

13. Cumplir con los requisitos ambientales, según el tipo de actividad y la Ley Orgánica del Ambiente. (SETENA). (Municipalidad de Alajuela, s.f.).

2.2.10.3 Ministerio de Salud

Según la Ley General de Salud y el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, todos los locales industriales, comerciales y de servicio deben de contar con la autorización o permiso sanitario de funcionamiento para operar en el territorio nacional, según sea la actividad.

Para solicitar el permiso de funcionamiento por primera vez se debe hacer lo siguiente:

1. Completar el formulario llamado: “Formulario unificado de solicitud de permiso sanitario de funcionamiento”.
2. Además, presentar junto con el formulario:
 - Declaración jurada (también se encuentra en la página del Ministerio de Salud.
 - Copia del comprobante de pago.
 - Copia del documento de identidad.
 - Certificación registral de la personería jurídica vigente. (Ministerio de Salud, s.f.)

2.2.10.4 Ministerio de Hacienda

Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo (ventas de mercancías o prestación de servicios) que esté sujeto a tributos administrados por la Dirección General de Tributación, o cuando por ley, reglamento o resolución general así se establezca.

Para realizar el trámite de inscripción ya no es necesario apersonarse a las administraciones tributarias, solo debe ingresar al sitio web www.hacienda.go.cr en el apartado ATV, donde debe registrarse, luego se inscribe en la sección Registro Único Tributario, se debe tener a mano el número de medidor de electricidad o NISE del domicilio fiscal, además ingresar la dirección exacta, número de teléfono y correo electrónico si lo posee.

A partir de la inscripción en el Registro Único Tributario, se debe de cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes, como son la presentación de declaraciones de autoliquidaciones y los demás deberes formales y materiales que le sean aplicables, aun en caso de que no tenga impuesto por pagar (en lo que respecta al IVA).

Según lo establece el artículo 22 del Reglamento de Procedimiento Tributario, la inscripción se deberá realizar dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que inicie actividades u operaciones.

Información general régimen de tributación simplificado y régimen tradicional

El **Régimen de Tributación Simplificada** constituye una opción de acceso voluntario y sencillo para que los pequeños contribuyentes cumplan con los deberes tributarios, simplificando sus obligaciones y su contabilidad.

La inscripción bajo este régimen es voluntaria, por lo que los contribuyentes que realicen las actividades comprendidas dentro de él pueden elegir entre este o el régimen tradicional y si el contribuyente ya se encuentra inscrito en el simplificado, puede solicitar el cambio al régimen tradicional en el momento que desee.

Para el cálculo de los impuestos sobre la Renta y sobre el Valor Agregado, la Administración Tributaria establece un factor autorizado que se aplica sobre el total de las compras realizadas durante el periodo a declarar.

Requisitos para ingresar al Régimen

- a) Que efectúen compras anuales por un valor no superior a ciento cincuenta salarios base, incluyendo el impuesto sobre el valor agregado, para las actividades consideradas en los incisos de la a) a la j), así como el inciso n), del artículo 1 de este Reglamento. A estos efectos, se entiende por "compras", las adquisiciones tanto de mercancías destinadas para la venta a los consumidores finales, como de los materiales y suministros destinados a la elaboración de productos terminados en el caso de la prestación de los servicios incluidos en este Régimen.
- b) Que el número de personas necesarias para llevar a cabo sus operaciones no exceda de cinco, independientemente del tipo de relación contractual o de parentesco que exista entre éstas y el contribuyente, medie o no retribución al respecto. Para este efecto, no se contará la participación del contribuyente.
- c) Que la actividad no tenga su origen en la explotación de una franquicia, marca, nombre comercial, o en mantener la condición de comercializador exclusivo o único de otro ente económico, o que la misma persona mantenga más de un establecimiento abierto al público, dedicados a cualquiera de las actividades cubiertas por este régimen.
- d) Que, para el transporte terrestre remunerado de personas mediante la modalidad de taxi, establecido en el inciso m) del artículo 1, la cantidad de vehículos dedicados a la actividad no supere una unidad.

- e) Que el valor de los activos fijos utilizados en la explotación de la actividad no supere los 350 salarios base. El detalle de estos activos con su valor debe incluirse en el registro auxiliar legalizado.

El **Régimen de Tributación Tradicional** se pueden incorporar todos los contribuyentes sin importar el tipo de actividad a que se dediquen.

A diferencia del régimen simplificado en este se tributa en base a los ingresos y no respecto a las compras, por lo cual se permiten deducciones y créditos fiscales, asimismo los contribuyentes sujetos a este régimen deberán llevar libros y registros correspondientes.

A modo de conclusión los regímenes tributarios en Costa Rica están diseñados para hacer una diferenciación objetiva de las obligaciones tributarias que puedan tener los contribuyentes, lo cual dependerá de factores como tipo de actividad, nivel de ingresos, número de empleado entre otros.

En caso de ser un pequeño contribuyente, en la medida que se cumplan los requisitos, podrá optar por el régimen de simplificación tributaria, el cual busca la simplificación de las obligaciones fiscales de este tipo de contribuyentes. (Ministerio de Hacienda, s.f.).

2.2.10.5 Caja Costarricense del Seguro Social

Cuando en un negocio nuevo se va a contratar personal, el patrono está en la obligación de asegurar a sus empleados.

Es obligación de los patronos inscribirse como tal en la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) en los primeros ocho días hábiles posteriores al inicio de la actividad o la adquisición de la empresa o negocio, aportando la siguiente información:

- Brindar el nombre del negocio y la actividad a la que se dedica; señalar la dirección y los números de teléfono de contacto.

- Si es una persona jurídica, además de los datos inferiores, debe aportar fotocopias de la escritura de la constitución y la cédula jurídica.

Tabla N° 3. Cuotas correspondientes a los seguros de salud y pensiones:

Concepto	Patrono	Trabajador	Estado	Total
SEM	9.25%	5.50%	0.25%	15%
IVM	5.08%	3.84%	0.58%	9.50%
TOTAL CCSS	14.33%	8.34%	0.83%	23.50%
Recaudación CCSS Otras Instituciones				
BP	0.50%	1.00%	-	1.50%
FODESAF	5.00%	-	-	5.00%
IMAS	0.50%	-	-	0.50%
INA	1.50%	-	-	1.50%
FCL	3.00%	-	-	3.00%
ROPC	1.50%	-	-	1.50%
Total de Otras Instituciones	26.33%	10.34%	0.83%	37.50%

Fuente: CCSS, 2021

Con el fin de agilizar y facilitar el proceso para la inscripción ante la Caja Costarricense del Seguro Social el servicio de inspección institucional tiene un módulo dirigido a los patronos físicos y jurídicos que cuenten con firma digital. Lo debe realizar a través de las siguientes páginas: <http://www.ccss.sa.cr/aseguramiento> y <https://sfa.ccss.sa.cr/ModuloFirmaDigital/ayudaIE/Inicio.html>. (Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S), s.f.)

2.2.10.6 Instituto Nacional de Seguros

Toda labor por más sencilla que sea puede producir a los trabajadores un riesgo. Por esta razón en Costa Rica todos los trabajadores tienen el derecho a que sus patronos lo protejan con un seguro de riesgos de trabajo.

El Título IV del Código de Trabajo en su artículo 193, establece como una obligación de los patronos la suscripción de este seguro para proteger a sus trabajadores, tanto aquellos que trabajan directamente para él, como aquellos que trabajan para sus intermediarios.

La póliza de Riesgos del Trabajo protege a los trabajadores que sufren un riesgo de trabajo brindándoles la asistencia médico-quirúrgica, hospitalaria, farmacéutica y de rehabilitación que necesitan para reincorporarse a la sociedad, además le brinda un subsidio económico durante el periodo de incapacidad temporal y una indemnización en caso de incapacidad permanente o muerte por un riesgo de trabajo.

Requisitos de Aseguramiento:

- La suscripción solo puede ser realizado de forma personal. En el caso de personas jurídicas debe presentarse el representante legal que conste en la personería jurídica.
- Presentar el documento de identificación original, vigente y en buen estado.
- Presentar el formulario llamado “Solicitud de Seguro”. (Instituto Nacional de Seguros (I.N.S.), s.f.).

2.2.10.7 Maquinaria y equipo

Para la puesta en marcha de este emprendimiento se necesita entender las necesidades de maquinaria y equipo; para este caso que es la venta de ropa de segunda mano tanto en una tienda física como virtual se necesita equipo básico:

- Percheros y ganchos para guindar toda la ropa.
- Espejos.

- Cámara fotográfica o celular (para tomar las fotos de las prendas que vamos a vender por medio de redes sociales.
- Computadora.

2.2.10.8 Mano de obra para producción

Es importante determinar el recurso humano que se va a necesitar para arrancar con el emprendimiento, al iniciar cualquier proyecto en la medida de lo posible es necesario utilizar el menor recurso humano, y vaya aumentando a medida que crece el negocio y hay mayores utilidades.

Para el caso de la venta de ropa de segunda solo trabajara un empleado. Es usual encontrar en empresas que van empezando que una única persona sea la encargada de realizar las diversas tareas.

2.2.10.9 Costos Administrativos

Son necesarios a la hora de ejecutar la forma de funcionar y organizar de la empresa. Son en definitiva necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, algunos de ellos son el pago de servicios públicos, servicios *outsourcing* (contabilidad, abogados, entre otros), papelería y útiles de oficina, alquiler local (en caso de que aplique), etc.

2.2.11 Plan Financiero – económico

Un plan financiero es una parte imprescindible de un negocio; es sumamente útil ya que permite analizar la viabilidad de la empresa desde el punto de vista financiero y económico, siendo un documento para la toma de decisiones de la empresa.

2.2.11.1 Presupuesto

Podemos encontrar como definición de presupuesto de una cita que cito Fagilde (2009) el siguiente concepto: “representación en términos contabilísticos de las actividades a realizar en una

organización, para alcanzar determinadas metas, y que sirve como instrumento de planificación y coordinación”. (p. 6).

2.2.11.2 Presupuesto financiero

A través del presupuesto se realiza una predicción de los gastos e ingresos de la compañía. El objetivo final es que la compañía administre de forma eficaz los recursos con los que cuenta de modo que garantice su supervivencia y crecimiento futuro.

Gómez (2020) indica lo siguiente:

El presupuesto financiero se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los medios esenciales que deben calcularse, como el costo de la realización, el costo del tiempo y el costo de adquirir nuevos recursos.

El presupuesto financiero es el estudio mediante el cual se identifican los diferentes costos y el monto para la iniciación de cualquier proyecto empresarial. (párr.2).

Algunos objetivos de un presupuesto financiero según Aguilar (2020):

1. Asegurar el crecimiento de la empresa:
2. Toma de decisiones que ayuden al éxito de una determinada compañía.
3. Verificar el desenvolvimiento de un flujo de efectivo, dando un curso óptimo de cómo mover o invertir el dinero de una empresa.
4. Otorgar importancia a las decisiones de comprar o adquisición de mano de obra, activos, pedir préstamos, aumentar los niveles de producción.
5. Evitar posibles pérdidas en el flujo de efectivo, evitando despilfarros o desperdicios en los ingresos si estos están bajos. (p. 58)

2.2.11.3 Flujo de efectivo

También llamado flujo de caja es la variación de entrada y salida de efectivo en un periodo determinado, por tanto, sirve como un indicador de la liquidez de la empresa, es decir su capacidad de generar efectivo.

Según la página web Debitoor (s.f.) conocer el flujo de caja de una empresa ayuda a:

- Evaluar la capacidad de la empresa de generar flujos de efectivo positivos.
- Evaluar la capacidad de la empresa de cumplir con las obligaciones adquiridas.
- Facilitar la determinación de necesidades de financiación.
- Facilitar la gestión interna de control presupuestario del efectivo de la empresa.

Etapas para la construcción de un flujo de caja:

- ✓ Ingresos y egresos afectos a impuestos: ingresos estimados de ventas de bienes o servicios; egresos todos los costos necesarios para brindar el servicio y signifique un gasto contable para la empresa.
- ✓ Gastos no desembolsables: no son salidas de cajas, pero se pueden agregar a los costos de la empresa con fines contables, para reducir la utilidad y sobre esta calcular el impuesto de renta a pagar. Como por ejemplo la depreciación y amortización.
- ✓ Cálculo del impuesto: Aplicar la tasa impositiva tributaria sobre las utilidades (resta de los gastos a los ingresos).
- ✓ Ajuste por gastos no desembolsables.

2.2.11.4 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en número de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.). (Velayos, 2014, párr.1).

Fórmula del Valor Actual Neto (VAN):

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Figura N° 2. Fórmula del VAN. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Sin un proyecto tiene un VAN positivo (mayor a cero), este es rentable. Si el VAN es igual a cero el proyecto no genera beneficios ni pérdidas, siendo su realización indiferente. Si el VAN es menor a cero este generara pérdidas, por lo cual no tiene sentido hacerlo.

2.2.11.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como

el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado. (Sevilla, 2014, párr.1).

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Figura N° 3. Fórmula del TIR. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Si el TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto será aceptado. Si el TIR es igual a la tasa de descuento, es el mismo caso del VAN cuando es igual a cero (no genera beneficios ni pérdidas). Si el TIR es menor a la tasa de descuento el proyecto debe rechazarse.

2.2.11.6 Período de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión según Gitman (2000) dice: “es el tiempo exacto que requiere la empresa para recuperar su inversión inicial en su proyecto”. (p. 310).

Se indica que las mejores inversiones son aquellas con un periodo de recuperación más corto, debido que se considera como una forma de poder medir la exposición en la que se encuentra la empresa al riesgo, Gitman (2000) dice: “cuanto más tiempo deba esperar la empresa para recuperar sus fondos invertidos, mayor será la posibilidad de arruinarse; por lo tanto, cuanto menor sea el periodo de recuperación, menor será la exposición de la empresa a dicho riesgo”. (p. 311)

2.2.11.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales. Por tanto, el punto muerto no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este

concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. (Rus, 2020, párr.1).

Fórmula:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Figura N° 4. Fórmula del Punto Equilibrio. Recuperado de: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>

Bajo esta fórmula el punto de equilibrio se obtiene como una cifra monetaria en ventas, no en unidades.

2.2.11.8 Margen de utilidad

Es un cálculo que hacen las empresas para determinar el porcentaje de utilidad que ganan después de los costos y gastos, entre mayor sea el margen hay mayor ganancia. Vamos a mencionar dos tipos de márgenes:

- Margen de utilidad bruto: este aplica para cuando hay ventas de bienes, se considera la venta y costo de compra o fabricación del artículo.
- Margen de utilidad neto: es la rentabilidad del negocio; considera las ventas, costos y todos los gastos asociados a la empresa.

2.2.11.9 Apalancamiento financiero

Nieto (2016) en su blog define lo siguiente:

El apalancamiento financiero es simplemente usar endeudamiento para financiar una operación. Tan sencillo como eso. Es decir, en lugar de realizar una operación con fondos propios, se hará con fondos propios y un crédito. La principal ventaja

es que se puede multiplicar la rentabilidad y el principal inconveniente es que la operación no salga bien y se acabe siendo insolvente.

2.2.11.10 Escenarios de inversión

Son los posibles entornos en los cuales puede ubicarse la empresa en el futuro. Es importante tener conocimiento sobre los resultados que se esperan para hacer proyecciones óptimas.

Hay tres tipos de escenarios:

- Optimista
- Conservador
- Pesimista

El primero que se realiza es el conservador, arroja un panorama real de la situación financiera, en la cual se considera puede encontrar el punto de equilibrio. No es el mejor pero tampoco el peor, se enfoca en el dato más probable.

Seguidamente se hace el escenario pesimista, se modifican los datos del escenario conservador, disminuyendo de un 10% a un 15% todos los datos contables. El fin de esto es prever a la empresa ante situaciones cambiantes en el mercado. Se crean estrategias para las pérdidas económicas. Refleja los datos más bajos.

Y de último se hace el escenario optimista, se modifican los datos del escenario conservador, solo que en este caso se aumentan de un 10% a un 15% todos los indicadores contables. Esto da la posibilidad a la empresa de tener un panorama de crecimiento y así definir las estrategias para invertir las ganancias y crecer empresarialmente. También es conocido como techo y muestra el mejor resultado posible de la inversión.

2.2.12 Pymes en Costa Rica

Definición de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Costa Rica:

Es 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. (Pequeñas y Medianas Empresas Costa Rica (PYMES), s.f).

Condición PYME:

Para acceder a los beneficios que otorga la ley a las PYME 's, estas deben adquirir la condición o certificación PYME que extiende el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), ingresando al Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC).

Requisitos para adquirir la condición PYME:

- ✓ Que la empresa califique como micro, pequeña o mediana.
- ✓ Que tengan permanencia en el mercado.
- ✓ Que sea una unidad productiva formal
- ✓ Que clasifique según las partidas del CIU establecidas en el Transitorio II del Decreto 37121-MEIC.
- ✓ Cumplir dos de los siguientes tres requisitos, según el Art 3 de la Ley No. 8262:
 - Formulario D101 o D105, última declaración del impuesto sobre la renta
 - Recibo de la póliza de riesgo del trabajo que demuestre que tiene la póliza vigente
 - Estar al día con el pago de las obligaciones de cargas sociales (CCSS)

Además del Formulario de inscripción PYME debidamente lleno y firmado, el cual tiene carácter de declaración jurada. (PYMES, s.f.)

Tamaño de una empresa:

El tamaño se determina mediante la ponderación matemática de una fórmula que las clasifica según actividad empresarial, y que contempla el personal promedio contratado en un período fiscal, el valor de los activos, el valor de ventas anuales netas y el valor de los activos totales netos.

Dependiendo del resultado de dicha fórmula, la empresa se clasifica como:

- Microempresa si el resultado es igual o menor a 10.
- Pequeña Empresa si el resultado es mayor que 10 pero menor o igual a 35.
- Mediana Empresa si el resultado es mayor que 35 pero menor o igual a 100.

(PYMES, s.f.)

2.2.13 Importación de ropa usada a Costa Rica

El proceso de importación de ropa usada es un poco distinto al del resto de mercaderías, esto por tratarse de un producto de segunda mano, conocido también como ropa americana.

Se debe realizar una declaración aduanera la cual es la manifestación de entrada o salida de mercancía en el territorio aduanero. La declaración aduanera debe tener los siguientes documentos:

- ✓ Factura comercial.
- ✓ Certificado de origen.
- ✓ Conocimiento de embarque.
- ✓ Documento de salida de exportación.
- ✓ La demás documentación establecida legalmente.

La ropa usada debe ajustarse a los siguientes requisitos según el Ministerio de Salud (s.f):

Corresponde a las Direcciones Rectoras de Áreas de Salud, aprobar las solicitudes para el almacenaje de ropa usada y bultos postales que contengan ropa en la misma condición, proveniente del exterior, previa inspección ocular que realicen los inspectores responsables que se designen para esas labores, a fin de determinar si se cumple con los requisitos sanitarios que en la normativa vigente. Para los efectos mencionados en el artículo anterior, la ropa usada ha de ajustarse a los siguientes requisitos: a) Ser debidamente fumigada en el territorio nacional previo a su desalmacenaje, lo cual implicará que los bultos conteniendo la ropa usada sean abiertos para que la impregnación con insecticida sea efectiva. b) Debidamente aplanchada. c) Rociada con un insecticida. c) Acompañada de certificado de fumigación del país de procedencia el cual deber ajustarse a los trámites legales correspondientes.

¿En qué consiste el proceso de importación?

En una guía básica de la Cámara de Comercio de Costa Rica (s.f.), se indica lo siguiente:

El interesado se inscribe ante la Dirección General de Aduanas como importador habitual, completo un formulario con información de la empresa y el tipo de mercancía que le interesa importar. Además, solicita el sistema de notas técnicas ante PROCOMER, que consiste en una autorización especial para el producto específico de que se trata; y se crea la nota técnica de acuerdo con la clasificación del producto. Luego se procede a contactar la agencia aduanal que mejor se ajuste a sus necesidades como importador y se negocia el envío de la mercancía al país. (p. 2).

2.3 MARCO CONTEXTUAL

Historia del distrito de Carrizal

Carrizal de Alajuela es el distrito número 3 de esta provincia. Su nombre es una especie de bambú que crece en esta zona.

Cuenta con un área de 16.12 km² y una elevación media de 1470 m s. n. m. Para el último censo realizado en el 2011, Carrizal contaba con una población de 6856 habitantes.

Carrizal esta aproximadamente a 11 kilómetros de Alajuela centro, 16 minutos en vehículo.

CAPÍTULO III: MÉTODO

En este capítulo se desarrollará el método y el procedimiento a seguir para la investigación de la tesis, los pasos para la recolección de datos y el análisis de la información. Se identificará la naturaleza de la investigación, tipo de muestra, la población y las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.1 ENFOQUE

El enfoque de la investigación es la forma en la que el investigador se acerca al tema en estudio, con esto se ayudara a revelar datos de importancia y solucionar problemas. Según (Fernández y Baptista, 2014): “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”. (p. 4).

Existen 3 tipos de enfoques que puede tener una investigación:

- **Enfoque Cuantitativo:** utiliza datos cuantitativos para obtener información veraz y directa. Según Yáñez (2020): “el enfoque cuantitativo el análisis de la información se basa en cantidades y/o dimensiones. Es decir, el elemento numérico tiene protagonismo”. (párr.10).
- **Enfoque Cualitativo:** se basa en la recolección de datos sin medición numérica, como la descripción u observación. Dice Yáñez (2020):

Un enfoque cualitativo de la investigación permite alcanzar un análisis sistemático de información más subjetiva. A partir de ideas y opiniones sobre un determinado asunto, se abre el análisis no estadístico de los datos, que luego son interpretados de una forma subjetiva pero lógica y fundamentada. A diferencia de lo cuantitativo, en este caso el conocimiento que se produce es más generalizado y se orienta de lo particular a lo general. (párr. 5).

- **Enfoque Mixto:** integración entre el enfoque cuantitativo y cualitativo, se combinan durante el proceso de investigación, una de estas dos puede predominar.

Para la presente investigación se utilizará el enfoque mixto, dado que se plantea realizar una investigación sobre la venta de ropa de segunda mano; se va a medir la factibilidad financiera y la aceptación de esta moda entre la muestra.

3.2 ALCANCE

El alcance de la investigación permite establecer el conocimiento, indica el resultado que se obtendrá a partir de esta, hasta donde es posible llegar el estudio y en base a eso se define la estrategia a utilizar.

El alcance puede ser de cuatro tipos distintos:

Se definen, según Hernández, Fernández y Baptista (2010):

1. **Exploratorio:** se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.
2. **Descriptivo:** buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

3. Correlacional: Asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Pretenden responder a preguntas de investigación.

4. Explicativo o causal: van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.



Figura N° 5. Alcances. Recuperado de:

<https://upvv.clavijero.edu.mx/cursos/LEB0742/documentos/Metodologiadelainvestigacion.pdf>

El alcance de esta investigación se enfoca en el tipo explicativo o causal ya que se va a estudiar la factibilidad financiera para la marcha del negocio y se va a conocer la aceptación por parte del mercado meta.

3.3 DISEÑO

Diseño no experimental: Según Dzul (s.f) este diseño “es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos”. (p.2).

Dividido en dos diseños:

1. Diseño Transversal: Definido por Dzul (s.f).

Cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo. En este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (p. 5).

2. Diseño Longitudinal: Definido por Dzul (s.f).

Se emplea cuando el interés del investigador es analizar cambios a través del tiempo en determinadas variables o en las relaciones entre estas. Recolectan datos a través del tiempo en puntos o períodos especificados, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias.

Diseño experimental: El autor Westreicher (2021) define lo siguiente: “El diseño experimental es una técnica estadística. Esta consiste en manipular intencionalmente la variable independiente de un modelo para observar y medir sus efectos en la variable dependiente”. (párr. 1).

Para esta investigación se utilizará el tipo de diseño transversal, debido que lo que se llevara a cabo es una encuesta aplicada en un solo momento, en un tiempo único, cuyos datos permitirán identificar y obtener información importante para la realización del estudio.

3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO

3.4.1 Población

Definición de población según Toledo (s.f.):

La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. La población tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada. También se conoce como universo. La población debe delimitarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo. (p. 4).

Para la presente investigación se determina que la población son todas las mujeres entre 18 y 40 años del pueblo de Carrizal de Alajuela.

3.4.2 Tipo de Muestra

Muestra: es un subconjunto de la población que está siendo estudiada, representa la mayor población y se utiliza para sacar conclusiones de esa población.

La ropa de segunda mano va dirigida a mujeres y niños, por eso del total de la población (hombres y mujeres), se decide realizar una muestra a una parte de la población (mujeres), para verificar la viabilidad del proyecto.

El Muestreo es un método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. Ochoa (2015) dice que el muestreo “es el proceso de seleccionar un conjunto

de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población”. (párr. 3).

Muestra probabilística: todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída.

Muestra no probabilística: los elementos de la muestra se seleccionan siguiendo criterios determinados por el investigador siempre procurando la representatividad de la muestra. Se le conoce como encuesta piloto. Es un método menos estricto, que se utiliza en observación y en la investigación cualitativa.

Para la presente investigación el método de muestra que se utiliza es el muestro no probabilístico, por la cual se hará una selección al azar de la cantidad de mujeres del distrito de Carrizal.

Fórmula del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z=Nivel de confianza
 N=Población-Censo
 p= Probabilidad a favor
 q= Probabilidad en contra
 e= error de estimación
 n= Tamaño de la muestra

Figura N° 6. Cálculo del tamaño de la muestra. Recuperado de:
<http://hachepe57.blogspot.com/2010/05/1-calculo-del-tamano-de-la-muestra.html>

N= 3,435, total de mujeres del distrito de Carrizal de Alajuela, según el INEC.

Z= 1,645 (se utilizó el nivel de confianza del 90%).

P= 0,5. Probabilidad de éxito. (Se considera el máximo).

Q= 0,5. Probabilidad del Fracaso.

E= 0,05 (una estimación con un margen de error del 5%).

Tabla N° 4. Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra										
N=	3435									
E=	0,05									
P=	0,5									
Z=	1,645									
Q=	0,5									
n=	$\frac{2,706025}{3435}$	x	$\frac{0,5}{0,0025}$	x	$\frac{0,5}{2,706025}$	x	$\frac{3435}{0,5}$	x	$\frac{0,5}{0,5}$	=
n=	$\frac{2324}{9}$	=	<u><u>251</u></u>							

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Caracterización: la población comprendida son mujeres con edades entre los 18 y 40 años, la escolaridad puede ser personas con secundaria o mayor nivel mientras tengan ingresos económicos, el nivel socio económico puede ser de bajo a medio, ya que al ser ropa de segunda mano su valor no es alto.

3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión

Según la guía de la Universidad Hispanoamericana los criterios de inclusión y exclusión son condiciones específicas con las que debe o no contar un individuo para ser parte o no de la muestra seleccionada.

Tabla N° 5. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Mujeres entre los 18 y 40 años	Hombres
Entre los 18 y 40 años	Menores de 18 años y mayores a 40 años

Fuente: elaboración propia.

3.4.4 Consideraciones éticas

El uso de la tecnología como medio para implementar una muestra de mercadeo, será la forma en la cual se obtendrá la información eficaz y certera para ver la rentabilidad de implementación del proyecto en cuestión. Para el caso de este proyecto se van a realizar encuestas de manera electrónica por medio de Google Forms, estos dan respuesta inmediata a la pregunta en cuestión.

Google Forms: permite realizar encuestas personalizadas para recopilar datos de forma sencilla y poder tomar decisiones sobre cualquier asunto. Las encuestas se pueden enviar de manera electrónica y posteriormente estudiar todos los datos cómodamente en la computadora.

A las personas que se les aplique la encuesta se le informa que el mismo es de carácter académico, y que el llenado de la encuesta no generara ningún compromiso durante o posterior al proyecto, además que no se harán preguntas de carácter personal.

La encuesta será enviada por medio de un enlace en redes sociales y por WhatsApp a los contactos de Carrizal. Las respuestas no tienen que ser correctas o incorrectas, lo importante es conocer si la gente le interesaría la venta de ropa de segunda mano en el distrito de Carrizal.

3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Son los medios en la que el investigador procederá a recolectar la información necesaria para dar respuesta al objeto de estudio.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizan los siguientes instrumentos para la recolección de información:

- Encuesta a la muestra seleccionada previamente, mujeres entre los 18 y 40 años que residan en el distrito de Carrizal de Alajuela.

- Internet para la consulta de información que no es posible encontrar en fuentes primarias, libros de texto o artículos.
- Datos secundarios, información que ya ha sido recogido o producido por otros.

Instrumentos que se pueden utilizar:

3.5.1 Encuesta

Westreicher (2020) afirmo lo siguiente:

La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesado con métodos estadísticos. Las encuestas son entonces una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo). (párr. 1).

Para esta investigación se trabajará mediante formularios de Google de entrevistas online llamada “*Google Forms*”, en enlace que se genera será distribuido en la red social Facebook en diversos grupos de los pobladores de Carrizal y también por WhatsApp, las personas tendrán la facilidad de realizar la encuestas desde sus Smartphone, Tablet o computadora.

3.5.2 Entrevista

García, Martínez, Martín y Sánchez (s.f.) definen la entrevista así:

La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (pág. 6).

3.5.3 Observación Directa

Se caracteriza porque el investigador está situado en el lugar en el que se desarrolla el hecho, no interviene ni altera el ambiente, la importancia de este método es no impactar, ya que de lo contrario los datos obtenidos no serían válidos. La información es directa y confiable si se realiza de la manera correcta y siguiendo un proceso sistematizado.

3.5.4 Análisis de Documentos

La investigación documental es una técnica de investigación que se encarga de recolectar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, etc. Tiene como propósito analizar material impreso.

3.5.5 Escala de actitudes

Esto dice una cita que cito Mejías (2011) sobre escala de actitudes: “las actitudes tienen diversas propiedades, entre las que destacan: dirección (positiva o negativa) e intensidad (alta o baja), estas propiedades forman parte de la medición”. (párr. 3).

La escala de actitudes mide aspectos que están relacionados con la intensidad de un sentimiento o las actitudes de las personas respecto algún tema en particular.

3.5.6 Internet

Es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio libre de información entre todos los usuarios. El internet es una gran fuente de información muy práctica. Hay que tener en cuenta que todos los recursos que se pueden encontrar en internet existen porque alguna persona de forma voluntaria ha dedicado tiempo a generarlos.

Ha evolucionado en los últimos años a grandes pasos y cada año se duplican los usuarios que hacen uso de ella. Gracias a la gran cantidad de información que podemos obtener de internet es también conocida como la “autopista de información”, y es actualmente tan habitual como la

prensa, la televisión o la radio. Este medio se convirtió en el pilar de las comunicaciones, el entretenimiento y el comercio en todos los rincones del planeta.

Hoy en día, el Internet es un medio de comunicación pública, cooperativo y autosuficiente en términos económicos, accesible a cientos de millones de personas en el mundo entero. Físicamente, el Internet usa parte del total de recursos actualmente existentes en las redes de telecomunicaciones. Técnicamente, lo que distingue al Internet es el uso del protocolo de comunicación llamado TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

3.5.7 Análisis de contenido cuantitativo

Berelson (1952) menciona que el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa.

Krippendorff (1982) extiende la definición del análisis de contenido a una técnica de investigación para hacer inferencias válidas y confiables de datos con respecto a su contexto.

Algunos autores consideran al análisis de contenido como un diseño, pero más allá de cómo lo definamos, es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos.

3.5.8 Observación

Con relación a la observación plantean que: Autor Equipo Editorial:

Es uno de los primeros pasos de cualquier investigación que se rijan por el método empírico-analítico, que es un modelo posible del método científico, muy empleado en las ciencias naturales y en las ciencias sociales. En ese sentido, la observación consiste en la recopilación directa de datos a partir de la naturaleza mediante trabajos de campo o trabajos de laboratorio. (párr. 2).

3.6 VARIABLES (ESTUDIO CUANTITATIVO) O CATEGORÍAS (ESTUDIO CUALITATIVO)

3.6.1 Variable Independiente: es la que cambia o es controlada para estudiar sus efectos en la variable dependiente. La variable independiente puede valerse por ella misma; de ahí su nombre, no es afectada por nada de lo que haga el experimentador.

3.6.2 Variable dependiente: es la variable que se investiga y se mide. Es afectada por la variable independiente.

Tabla N° 6: Operacionalización de las variables:

Objetivo	Variable	Definición	Definición
Específico		Conceptual	Operacional
1. Identificar las necesidades que tienen actualmente el mercado meta al cual va dirigido el emprendimiento	Identificación de necesidades	Identificación de Necesidades: se buscan las necesidades y gustos que tienen las personas por las diferentes prendas de vestir usadas, y así enfocarse más en estas.	Se va implementar el método de encuestas, para que por medio de estas llegar al resultado deseado
2. Anotar los requerimientos legales, administrativos y tributarios en Costa Rica para la puesta en marcha de un nuevo negocio	Requerimientos legales	Requerimientos legales: cumplir con todos los requisitos administrativos y legales para la puesta en marcha de un negocio nuevo: INS, CCSS, Patente Comercial e inscribirse ante el Ministerio de Hacienda para pagar los impuestos correspondientes.	Se va averiguar en todas las entidades correspondientes los pasos a seguir y requisitos por cumplir para la implementación de un nuevo negocio.

3. Definir las estrategias de mercadeo a utilizar para la comercialización de los productos, y así lograr captar la atención de los futuros clientes	Estrategias mercadológicas	Estrategias mercadológicas: definir cómo vamos a conseguir los objetivos comerciales de la empresa, con el fin de incrementar las ventas, darse a conocer y lograr una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.	La investigación de mercados se hace por medio de la recopilación de datos para determinar los resultados cuantitativos y cualitativos que permiten predecir el futuro comportamiento de los clientes.
4. Determinar la viabilidad financiera y rentabilidad del emprendimiento en un horizonte de cinco años, con el fin de valorar su implementación.	Viabilidad y Rentabilidad	Viabilidad: el objetivo es determinar la rentabilidad de un proyecto, entender si el negocio se puede llevar a cabo o no a la vida real. Es la posibilidad de que un proyecto pueda progresar. Rentabilidad: son los beneficios obtenidos por la inversión realizada en el proyecto. Permite conocer la capacidad de la compañía para remunerar los recursos financieros empleados	Se utilizar el método financiero de flujo de efectivo para llevar el proyecto a 5 años.

Fuente: elaboración propia.

3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS

3.7.1 Descripción de la muestra: en este proyecto se va a utilizar la técnica de la encuesta para la recolección de datos, por medio de esta se va a recopilar información sobre la compra de ropa de segunda mano y así intentar buscar un resultado óptimo, que ayude a entender la viabilidad del negocio.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Para la elaboración de este capítulo es necesario realizar la encuesta para con esta hacer un estudio de mercado, y entender la posible demanda del servicio ofrecido, para definir el mercado meta a satisfacer y así sus gustos y necesidades.

En la encuesta se abarcarán preguntas para conocer el mercado meta, las necesidades con respecto a las prendas de vestir, la manera que las personas les gustaría recibir la información, además del precio que estarían dispuestos a pagar. Se debe analizar la información obtenida para definir la factibilidad del negocio propuesto.

En este capítulo se mostrara el estudio financiero del negocio y así definir la viabilidad del proyecto, se presentara el estado de resultados proyectado a 5 años al igual que el flujo de efectivo, también se indicara la inversión inicial, el detalle de gastos fijos y variables, además se mostrara el VAN, TIR, índice de deseabilidad, período de recuperación y punto de equilibrio, con esto nos daremos una idea del negocio a futuro, porque a pesar de ser un empresa pequeña todos los detalles son importantes.

4.1 Investigación de mercado

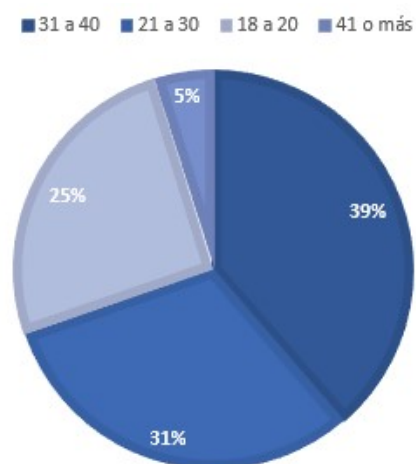
Se realiza un estudio de mercado detallando los resultados de la investigación y así verificar el grado de aceptación de la población. La muestra se realizó a 251 personas; el proceso cuantitativo se hace de forma virtual a través de grupos de WhatsApp y grupos de Facebook del distrito de Carrizal, a través de un link del formulario de Google Forms.

De acuerdo con el objetivo:

- a) Identificar las necesidades que tiene actualmente el mercado metal al cual va dirigido el emprendimiento para ofrecer las prendas.

Pregunta N° 1

¿Cuál es su edad?

Figura N° 7. Edades

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°7. Distribución por edades

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
31 a 40	97	39%
21 a 30	78	31%
18 a 20	64	25%
41 o más	12	5%
Total	251	100%

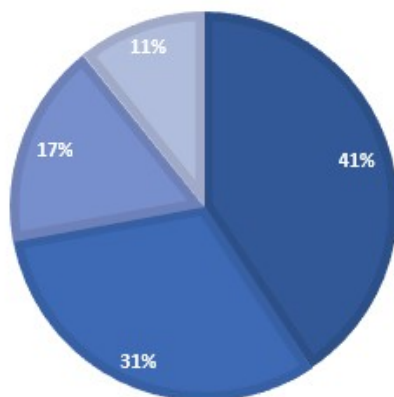
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 2

Profesión u oficio.

Figura N° 8. Profesión u oficio.

■ Asalariada ■ Trabajadora independiente ■ Ama de casa ■ Estudiante



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°8. Profesión u oficio.

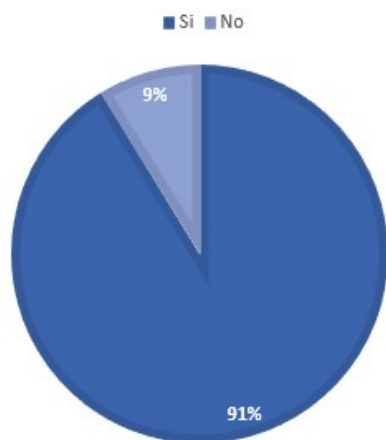
Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Asalariada	102	41%
Trabajadora independiente	79	31%
Ama de casa	43	17%
Estudiante	27	11%
Total	251	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 3

¿Compraría ropa usada de mujer, de niños y niñas, en una tienda física o de manera virtual con envíos hasta su casa? (Si su respuesta es NO por pasar la pregunta n° 13).

Figura N° 9. Compraría ropa usada.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N° 9. Cantidad de personas que comprarían ropa usada.

Opciones de Respuesta	Resuestas	Porcentaje
Si	229	91%
No	22	9%
Total	251	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 4

Para usted: ¿Cuál es el nivel de importancia de la ropa?

Figura N° 10. Nivel de importancia de la ropa.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°10. Nivel de importancia de la ropa.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Importante	132	58%
Muy Importante	86	37%
Nada importante	11	5%
Total	229	100%

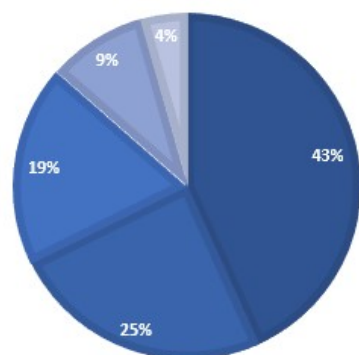
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 5

En que se fija en el momento de comprar una prenda.

Figura N° 11. Que observa en el momento de comprar una prenda

■ Precio ■ La marca ■ La tendencia de moda ■ La comodidad ■ Otro



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°11. Que observa en el momento de comprar una prenda.

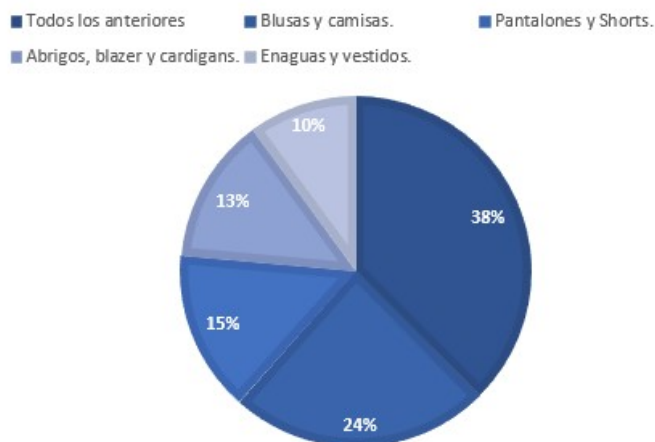
Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Precio	99	43%
La marca	56	24%
La tendencia de moda	43	19%
La comodidad	21	9%
Otro	10	4%
Total	229	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 6

De las siguientes prendas de vestir para mujeres o niños (as) cuales le gustaría adquirir.

Figura N° 12. Prendas que prefieren adquirir.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°12. Prendas que prefieren adquirir.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Blusas y Camisas	55	24%
Pantalones y Shorts	34	15%
Abrigos, blazer y cardigans	31	13%
Enaguas y Vestidos	23	10%
Todos los anteriores	86	38%
Total	229	100%

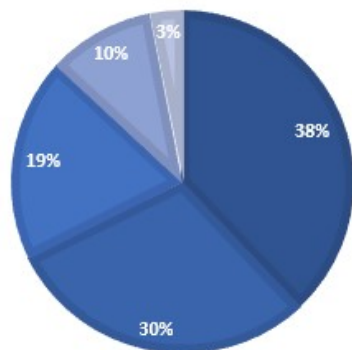
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 7

¿Cuál sería el precio que estaría dispuesta a pagar por estas prendas usadas?

Figura N° 13. Precio dispuesto a pagar.

■ Entre €2,500 y €3,500. ■ Entre €4000 y €6000. ■ Entre €500 y €200.
 ■ Entre €6,500 y €10,000. ■ Más de €10,000.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°13. Precios dispuestos a pagar

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Entre €2,500 y €3,500	87	38%
Entre €4000 y €6000	68	30%
Entre €500 y €200	44	19%
Entre €6,500 y €10,000	23	10%
Más de €10,000	7	3%
Total	229	100%

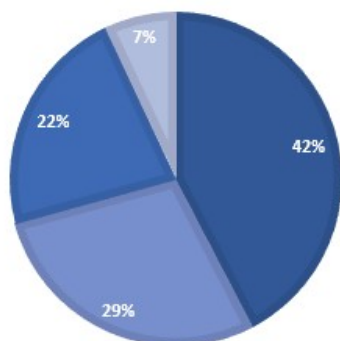
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 8

¿Qué le motiva a comprar ropa usada?

Figura N° 14. Motivación para comprar ropa usada.

■ El menor precio. ■ La exclusividad. ■ El beneficio ambiental. ■ Otro.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°14. Motivación para comprar ropa usada.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
El menor precio	97	42%
La exclusividad	65	29%
El beneficio ambiental	51	22%
Otro	16	7%
Total	229	100%

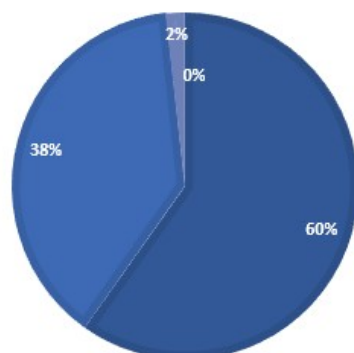
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 9

¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las prendas?

Figura N° 15. Medios para recibir información.

■ Redes sociales (Facebook e Instagram). ■ WhatsApp.
■ Email (Correo Electrónico). ■ SMS (Mensaje al teléfono).



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°15. Medios para recibir información.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Redes Sociales (Facebook e Instagram)	137	60%
WhatsApp	88	38%
Email (Correo Electrónico)	4	2%
SMS (Mensaje al teléfono)	0	0%
Total	229	100%

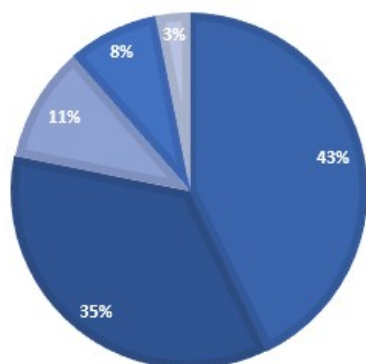
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 10

¿Con que frecuencia compra ropa usada?

Figura N° 16. Frecuencia de compra de ropa usada.

■ A menudo. ■ Raramente. ■ Una vez al mes. ■ Una vez al año. ■ Nunca he comprado.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°16. Frecuencia de compra de ropa usada.

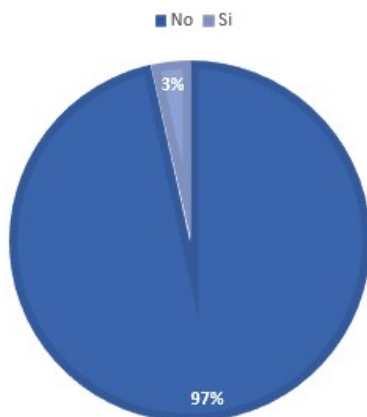
Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
A menudo	98	43%
Raramente	81	35%
Una vez al mes	24	11%
Una vez al año	19	8%
Nunca he comprado	7	3%
Total	229	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 11

¿Conoce alguna tienda en Carrizal de Alajuela que venda ropa de segunda mano para mujeres, niños y niñas?

Figura N° 17. Tiendas en Carrizal de Alajuela que venda ropa usada.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N° 17. Tiendas en Carrizal de Alajuela que venda ropa usada.

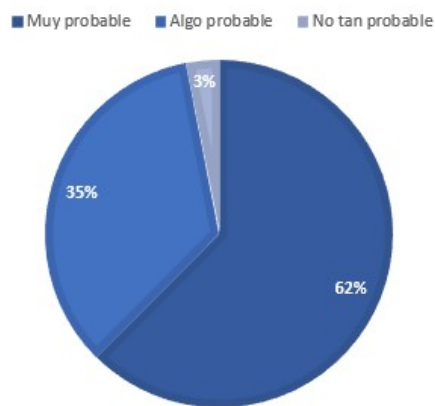
Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
No	221	97%
Si	8	3%
Total	229	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 12

¿Qué tan probable es que recomiende la compra de ropa de segunda mano a alguna amiga, conocida o familiar?

Figura N° 18. Probabilidad de recomendar la tienda de ropa de segunda mano.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°18. Probabilidad de recomendar la tienda de ropa de segunda mano.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Muy Probable	143	62%
Algo Probable	79	35%
No tan probable	7	3%
Total	229	100%

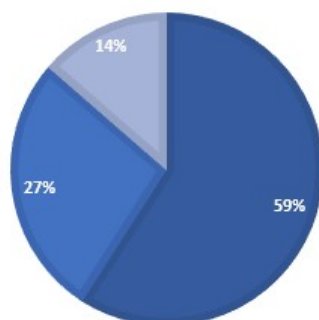
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta N° 13

¿Por qué no le gustaría comprar ropa usada? (Esta pregunta es únicamente para las personas que respondieron que NO comprarían ropa usada). Puede elegir más de una opción.

Figura N° 19. Que le disgusta de la ropa de segunda mano.

■ Siempre se me complica encontrar algo. ■ Me desagrada la ropa usada. (Higiene).
 ■ Soy fan de la ropa nueva.



Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Tabla N°19. Que le disgusta de la ropa de segunda mano.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Siempre se me complica encontrar algo	13	59%
Soy Fan de la ropa nueva	6	27%
Me desagrada la ropa usada (Higiene)	3	14%
Total	22	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

De acuerdo con el objetivo:

b) Definir las estrategias de mercadeo a utilizar para la comercialización de los productos, y así lograr captar la atención de los futuros clientes.

4.2 Estrategias de mercadeo

Parte de las estrategias de mercadeo a utilizar será mostrar de la ropa por medio de redes sociales, como Facebook, Instagram y estados de WhatsApp. Las prendas serán mostradas puestas para que la gente se dé una idea como se ve, igual las publicaciones también se harán en plano, además se van hacer videos explicando y mostrando las telas, como se ve por delante por detrás, también se va a señalar en cada prenda la talla, se indicara si la tela estira o no, se darán también las medidas en centímetros, de largo, ancho, tiro (esto para el caso de los pantalones, shorts y enaguas), todo detalle cuenta y así es más sencillo para las personas que quieran comprar de forma virtual tomar la decisión que más les convenga.

Imágenes N° 1: Maneras de mostrar las prendas.



Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

Se tomarán fotos que llama la atención de las personas con ideas de cómo se pueden utilizar las prendas con los diferentes outfits.

Imagen N° 2: Sugerencia de uso.



Fuente: elaboración propia.

4.3 Estudio financiero de la rentabilidad del proyecto

De acuerdo con el objetivo:

- c) Determinar la viabilidad financiera y rentabilidad del emprendimiento en un horizonte de cinco años, con el fin de valorar su implementación.

4.3.1 Inversión Inicial de la tienda de ropa:

Tabla N° 20. Inversión Inicial

Inversión Inicial	Cantidad	Precio Unitario	Total
Remodelación Espacio para la tienda	1	€ 3.250.000	€ 3.250.000
Silla para escritorio	1	€ 49.000	€ 49.000
Escritorio	1	€ 120.000	€ 120.000
Percheros	5	€ 40.000	€ 200.000
Ganchos	500	€ 250	€ 125.000
Espejo	1	€ 40.000	€ 40.000
Pistola para etiquetas	2	€ 23.000	€ 46.000
Impresora para Facturas	1	€ 180.000	€ 180.000
Material de Empaque	320	€ 30	€ 9.600
Papel y Utiles de Oficina	1	€ 20.000	€ 20.000
Pacas Blusas Mujer	150	€ 500	€ 75.000
Paca Short Mujer	120	€ 2.000	€ 240.000
Paca Vestidos Mujer	80	€ 1.063	€ 85.000
Paca Pantalón Mujer	50	€ 1.700	€ 85.000
Abrigos Mujer	80	€ 1.125	€ 90.000
Enaguas Mujer	100	€ 900	€ 90.000
Paca Niño	400	€ 925	€ 370.000
Imprevistos	1	€ 925.400	€ 925.400
			€ 6.000.000,00

Fuente: elaboración propia.

4.3.2 Cálculo de la depreciación:

Tabla N° 21 Depreciación

Activo	Vida útil	Monto del Activo	Cuota Anual	Cuota Mensual	Cuenta Contable
Mejoras Edificio	44	€ 3.250.000,00	€ 73.863,64	€ 6.155,30	Edificio
Escritorio	10	€ 120.000,00	€ 12.000,00	€ 1.000,00	Mob y Equipo
Impresora para Facturas	5	€ 180.000,00	€ 36.000,00	€ 3.000,00	Equipo de Computo
Percheros	10	€ 200.000,00	€ 20.000,00	€ 1.666,67	Mob y Equipo
Ganchos para ropa	10	€ 125.000,00	€ 12.500,00	€ 1.041,67	Mob y Equipo
			€ 154.363,64	€ 12.863,64	

Fuente: elaboración propia.

4.3.3 Presupuesto de Ventas:

Tabla N° 22 Ingresos

Ingresos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Esperadas Unidades		5000	6500	8125	9750	11213
Precio Venta Unitario						
Blusa Mujer	€ 2.500,00	1600	2080	2600	3120	3588
Short Mujer	€ 4.000,00	600	780	975	1170	1346
Vestidos Mujer	€ 4.500,00	280	390	488	585	673
Pantalón Mujer	€ 5.500,00	550	715	894	1073	1233
Abrigos Mujer	€ 3.000,00	470	585	731	878	1009
Enaguas Mujer	€ 3.000,00	300	390	488	585	673
Niños y Niñas	€ 2.000,00	1200	1560	1950	2340	2691
Ingreso Mensual		€ 1.282.916,67	€ 1.671.041,67	€ 2.088.802,08	€ 2.506.562,50	€ 2.882.675,42
Ingreso Anual		€ 15.395.000,00	€ 20.052.500,00	€ 25.065.625,00	€ 30.078.750,00	€ 34.592.105,00

Fuente: elaboración propia.

4.3.4 Presupuesto de Salarios:

Tabla N° 23 Salarios

Puesto	Salario Diario Mínimo	Salario Mensual	Salario Año 1	Salario Año 2	Salario Año 3	Salario Año 4	Salario Año 5
Dependiente	€ 11.600,00	€ 348.000,00	€ 4.176.000,00	€ 4.301.280,00	€ 4.430.318,40	€ 4.563.227,95	€ 4.700.124,79
Total General	€ 11.600,00	€ 348.000,00	€ 4.176.000,00	€ 4.301.280,00	€ 4.430.318,40	€ 4.563.227,95	€ 4.700.124,79

Fuente: elaboración propia.

4.3.5 Provisiones de Ley:

Tabla N° 24 Cálculo de las provisiones de ley

Puesto	Salario Primer Año	Provisión Aguinaldos 8.33%	Provisión Cesantía 5.33%	FCL 3%	Provisión de Vacaciones 4.16%	Total de Provisiones
Dependiente	€ 4.176.000,00	€ 347.860,80	€ 222.580,80	€ 125.280,00	€ 173.721,60	€ 869.443,20
Total	€ 4.176.000,00	€ 347.860,80	€ 222.580,80	€ 125.280,00	€ 173.721,60	€ 869.443,20

Fuente: elaboración propia.

4.3.6 Riesgos de Trabajo:

Tabla N° 25 Cálculo Riesgos de Trabajo

Puesto	Salario Primer Año	Riesgos de Trabajo 1.43%
Dependiente	€ 4.176.000,00	€ 59.716,80
Total	€ 4.176.000,00	€ 59.716,80

Fuente: elaboración propia.

4.3.7 Cargas Sociales:

Tabla N° 26 Cálculo de las Cargas Sociales

Puesto	Salario Primer Año	Cargas Sociales 26.5%
Dependiente	€ 4.176.000,00	€ 1.106.640,00
Total	€ 4.176.000,00	€ 1.106.640,00

Fuente: elaboración propia.

4.3.8 Costos Fijos:

Tabla N° 27 Cálculo de los Gastos Fijos

Gastos Fijos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	€ 6.000,00	€ 72.000,00	€ 73.440,00	€ 75.276,00	€ 77.534,28	€ 80.247,98
Luz	€ 28.000,00	€ 336.000,00	€ 342.720,00	€ 351.288,00	€ 361.826,64	€ 374.490,57
Internet	€ 38.000,00	€ 456.000,00	€ 465.120,00	€ 476.748,00	€ 491.050,44	€ 508.237,21
Telefono	€ 43.000,00	€ 516.000,00	€ 526.320,00	€ 539.478,00	€ 555.662,34	€ 575.110,52
Servicio Contable	€ 50.000,00	€ 600.000,00	€ 612.000,00	€ 627.300,00	€ 646.119,00	€ 668.733,17
Salarios	€ 348.000,00	€ 4.176.000,00	€ 4.259.520,00	€ 4.366.008,00	€ 4.496.988,24	€ 4.654.382,83
Promoción y Publicidad	€ 5.000,00	€ 60.000,00	€ 61.200,00	€ 62.730,00	€ 64.611,90	€ 66.873,32
Otros	€ 9.600,00	€ 115.200,00	€ 117.504,00	€ 120.441,60	€ 124.054,85	€ 128.396,77
Total	€ 527.600,00	€ 6.331.200,00	€ 6.457.824,00	€ 6.619.269,60	€ 6.817.847,69	€ 7.056.472,36

Fuente: elaboración propia.

4.3.9 Costos Variables:

Tabla N° 28 Cálculo de los Gastos Variables

Gastos Variables	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario Ropa	€ 450.000,00	€ 5.400.000,00	€ 5.550.000,00	€ 5.800.000,00	€ 6.150.000,00	€ 6.600.000,00
Total	€ 450.000,00	€ 5.400.000,00	€ 5.550.000,00	€ 5.800.000,00	€ 6.150.000,00	€ 6.600.000,00

Fuente: elaboración propia.

4.3.10 Costo Total de Producción:

Tabla N° 29 Cálculo del Costo Total Efectivo

Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Costos Fijos	€ 6.331.200,00	€ 6.457.824,00	€ 6.619.269,60	€ 6.817.847,69	€ 7.056.472,36
Total Costos Variables	€ 5.400.000,00	€ 5.550.000,00	€ 5.800.000,00	€ 6.150.000,00	€ 6.600.000,00
Costo Total Efectivo	€ 11.731.200,00	€ 12.007.824,00	€ 12.419.269,60	€ 12.967.847,69	€ 13.656.472,36

Fuente: elaboración propia.

4.3.11 Financiamiento:

- Entidad Bancaria: Banco Nacional de Costa Rica.
- Programa de Crédito: BN Pymes.
- Monto del crédito: 6,000,000.00 col
- Tasa de Interés: 9.30%
- Plazo: 60 meses.

Tabla N° 30 Cálculo de la cuota, amortización e intereses del préstamo a 5 años plazo

Plazo	Cuota	Amortización	Interes	Saldo
				€ 6.000.000,00
1	€ 1.505.106,53	€ 988.538,26	€ 516.568,27	€ 5.011.461,74
2	€ 1.505.106,53	€ 1.084.494,03	€ 420.612,50	€ 3.926.967,72
3	€ 1.505.106,53	€ 1.189.764,06	€ 315.342,47	€ 2.737.203,66
4	€ 1.505.106,53	€ 1.305.252,48	€ 199.854,05	€ 1.431.951,17
5	€ 1.505.106,53	€ 1.431.951,17	€ 73.155,35	€ -
Total	€ 7.525.532,64	€ 6.000.000,00	€ 1.525.532,64	€ -

Fuente elaboración propia.

4.3.12 Capital de Trabajo:

Tabla N° 31 Cálculo del capital de trabajo

Costo Total efectivo del primer año	Costo Promedio diario	Días de Desface	Capital de Trabajo
€ 11.731.200,00	€ 32.140,27	7	€ 224.981,92

Fuente: Elaboración propia.

4.3.13 Estado de Resultados:

Tabla N° 32 Estado de Resultados proyectado a 5 años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total General
INGRESOS						
Ventas	€ 15.395.000	€ 20.052.500	€ 25.065.625	€ 30.078.750	€ 34.592.105	€ 125.183.980
Total Ventas	€ 15.395.000	€ 20.052.500	€ 25.065.625	€ 30.078.750	€ 34.592.105	€ 125.183.980
EGRESOS						
Costos de Prendas	-€ 5.400.000	-€ 5.550.000	-€ 5.800.000	-€ 6.150.000	-€ 6.600.000	-€ 29.500.000
Utilidad Bruta	€ 9.995.000	€ 14.502.500	€ 19.265.625	€ 23.928.750	€ 27.992.105	€ 95.683.980
GASTOS						
Gastos No Efectivos	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 771.818
Depreciaciones	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 154.364	-€ 771.818
Gastos Operativos	-€ 6.331.200	-€ 6.457.824	-€ 6.619.270	-€ 6.817.848	-€ 7.056.472	-€ 33.282.614
Salarios	-€ 4.176.000	-€ 4.259.520	-€ 4.366.008	-€ 4.496.988	-€ 4.654.383	-€ 21.952.899
Servicios Contables	-€ 600.000	-€ 612.000	-€ 627.300	-€ 646.119	-€ 668.733	-€ 3.154.152
Servicios Públicos	-€ 1.380.000	-€ 1.407.600	-€ 1.442.790	-€ 1.486.074	-€ 1.538.086	-€ 7.254.550
Publicidad	-€ 60.000	-€ 61.200	-€ 62.730	-€ 64.612	-€ 66.873	-€ 315.415
Otros	-€ 115.200	-€ 117.504	-€ 120.442	-€ 124.055	-€ 128.397	-€ 605.597
Gastos Financieros	-€ 516.568	-€ 420.613	-€ 315.342	-€ 199.854	-€ 73.155	-€ 1.525.533
Intereses Pagados	-€ 516.568	-€ 420.613	-€ 315.342	-€ 199.854	-€ 73.155	-€ 1.525.533
Total Gastos	-€ 7.002.132	-€ 7.032.800	-€ 7.088.976	-€ 7.172.065	-€ 7.283.991	-€ 35.579.964
Utilidad Neta Antes ISR	€ 2.992.868	€ 7.469.700	€ 12.176.649	€ 16.756.685	€ 20.708.114	€ 60.104.016
Utilidad Neta Acumulada	€ 2.992.868	€ 10.462.568	€ 22.639.217	€ 39.395.902	€ 60.104.016	
ISR	-€ 149.643	-€ 489.120	-€ 1.274.880	-€ 2.190.887	-€ 2.981.173	-€ 7.085.703
Utilidad Neta Desp / Imptos	€ 2.843.225	€ 6.980.580	€ 10.901.769	€ 14.565.798	€ 17.726.941	€ 53.018.313

Fuente: Elaboración propia.

4.3.14 Flujo proyectado:

Tabla N° 33 Flujo proyectado a 5 años

Flujo de efectivo proyectado a cinco años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total Acumulado
Ingresos						
Prestamo Bancario	€ 6.000.000,00					€ 6.000.000,00
Aporte de Socios	€ -					€ -
Ingresos Operativos	€ 15.395.000,00	€ 20.052.500,00	€ 25.065.625,00	€ 30.078.750,00	€ 34.592.105,00	€ 125.183.980,00
Total de Ingresos	€ 21.395.000,00	€ 20.052.500,00	€ 25.065.625,00	€ 30.078.750,00	€ 34.592.105,00	€ 131.183.980,00
Egresos						
Inversion Inicial	€ 6.000.000,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 6.000.000,00
Mejoras Edificio	€ 3.250.000,00					€ 3.250.000,00
Mobiliario y Equipo	€ 445.000,00					€ 445.000,00
Equipo de Computo	€ 180.000,00					€ 180.000,00
Inventarios	€ 1.035.000,00					€ 1.035.000,00
Otros	€ 164.600,00					€ 164.600,00
Imprevistos	€ 925.400,00					€ 925.400,00
Operación	€ 5.400.000,00	€ 5.550.000,00	€ 5.800.000,00	€ 6.150.000,00	€ 6.600.000,00	€ 29.500.000,00
Costos Directos	€ 5.400.000,00	€ 5.550.000,00	€ 5.800.000,00	€ 6.150.000,00	€ 6.600.000,00	€ 29.500.000,00
Gastos	€ 7.002.131,91	€ 7.032.800,14	€ 7.088.975,71	€ 7.172.065,37	€ 7.283.991,35	€ 35.579.964,47
Operación	€ 6.331.200,00	€ 6.457.824,00	€ 6.619.269,60	€ 6.817.847,69	€ 7.056.472,36	€ 33.282.613,65
Depreciacion	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 771.818,18
Financieros	€ 516.568,27	€ 420.612,50	€ 315.342,47	€ 199.854,05	€ 73.155,35	€ 1.525.532,64
Otros Pagos	€ 1.138.181,66	€ 1.573.614,02	€ 2.464.643,92	€ 3.496.139,41	€ 4.413.123,90	€ 13.085.702,90
Amortizacion Credito	€ 988.538,26	€ 1.084.494,03	€ 1.189.764,06	€ 1.305.252,48	€ 1.431.951,17	€ 6.000.000,00
Impuestos Pagados	€ 149.643,40	€ 489.119,99	€ 1.274.879,86	€ 2.190.886,93	€ 2.981.172,73	€ 7.085.702,90
Total Egresos	€ 19.540.313,57	€ 14.156.414,15	€ 15.353.619,63	€ 16.818.204,78	€ 18.297.115,25	€ 84.165.667,38
Saldo en Caja Neto	€ 1.854.686,43	€ 5.896.085,85	€ 9.712.005,37	€ 13.260.545,22	€ 16.294.989,75	€ 47.018.312,62
Saldo Acumulado	€ 2.009.050,07	€ 7.905.135,91	€ 17.617.141,29	€ 30.877.686,51	€ 47.172.676,26	
Saldo Neto						
Gastos no Efectivos	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 154.363,64	€ 771.818,18
Saldo en caja ajustado	€ 2.009.050,07	€ 6.050.449,48	€ 9.866.369,01	€ 13.414.908,86	€ 16.449.353,39	€ 47.790.130,80
Saldo Acumulado Ajustado	€ 2.009.050,07	€ 8.059.499,55	€ 17.925.868,56	€ 31.340.777,42	€ 47.790.130,80	

Fuente: elaboración propia.

4.3.15 Valor Actual Neto (VAN):

Tabla N° 34 Cálculo del VAN

Inversión Inicial	(€6.000.000,00)
FNE 1	€2.004.329,83
FNE 2	€6.385.205,83
FNE 3	€10.986.885,23
FNE 4	€15.451.432,15
FNE 5	€19.276.162,48
Tasa Descuento	15%
VAN	€26.213.149,86

Fuente: elaboración propia.

4.3.16 Tasa Interna de Retorno (TIR):

Tabla N° 35 Cálculo del TIR

Inversión Inicial	-C	6.000.000,00
FNE 1	C	2.004.329,83
FNE 2	C	6.385.205,83
FNE 3	C	10.986.885,23
FNE 4	C	15.451.432,15
FNE 5	C	19.276.162,48
Tasa Descuento		15%
TIR		94,31%

Fuente: elaboración propia.

4.3.17 Período de Recuperación:

Tabla N° 36 Cálculo del Período de Recuperación (Payback)

PR	a	+	$\frac{I_0}{\sum_{r=1}^b FNE_r}$
PR	1 +		$\frac{C6.000.000,00}{C6.385.205,83}$
PR	1 +		C0,63
PR=	1,63	años	

Fuente: elaboración propia.

4.3.18 Punto de Equilibrio:

Tabla N° 37 Cálculo del Punto de Equilibrio

Costo Fijo Anual	€	6.331.200,00
Costo Variable Anual	€	5.400.000,00
Ventas Anuales	€	15.395.000,00
Punto de Equilibrio	€	9.751.758,28

PE	=	$\frac{6.331.200}{0,649236765}$	=	€ 9.751.758,28
-----------	---	---------------------------------	---	-----------------------

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo se detallará la interpretación de la información descrita en el capítulo anterior, la cual nos ayudará a entender la viabilidad financiera del emprendimiento propuesto.

5.1 Interpretación de los resultados

Se realiza la encuesta a 251 mujeres, se les envió un link el cual se les hizo llegar por medio de WhatsApp y grupos de Facebook de la comunidad, el fin de dicha encuesta es entender los gustos, necesidades y el grado de aceptación del emprendimiento y así entender la viabilidad de la tienda de venta de ropa de segunda mano en la zona.

La encuesta está compuesta por 13 preguntas, a partir de la numero 3 se hizo un filtro para que las personas que no comprarían ropa usada dejaran de responder y volvieran a responder hasta la pregunta número 13, por eso a partir de la pregunta 4 solo hay 229 respuesta, esto porque del total de las encuestadas 22 mujeres indicaron que no comprarían ropa de segunda mano.

A continuación, se mostrará la interpretación del resultado de cada una de la respuesta que dieron los encuestados:

Pregunta N° 1: ¿Cuál es su edad?

Interpretación pregunta N°1:

De la figura n°7 y la tabla n°7 del capítulo IV, el 39% (97 respuestas) de la población encuestada se encuentra entre los 31 y 40 años de edad, seguido con un 31% (78 respuestas) de 21 a 30 años, el 25% (64 respuestas) de 18 a 20 años, y por último con un 5% (12 respuestas) mujeres con más de 41 años, a pesar de que el emprendimiento es para mujeres de 18 a 40 años se quiso tomar en consideración las respuestas de mujeres con estas edades para entender si puede ser parte del mercado futuro. El 95% de la población encuestada está dentro del rango de edades a la cual va dirigida el emprendimiento, lo cual es muy positivo para el proyecto.

Pregunta N° 2: Profesión u oficio.

Interpretación pregunta N°2:

De la figura n°8 y la tabla n°8 del capítulo IV, del total de las encuestadas 102 mujeres son asalariadas, esto representa un 41%, 79 mujeres trabajan en lo propio (31%), 43 mujeres son amas de casa (17%) y 27 mujeres están únicamente estudiando lo cual representa un 11% del total de la población en estudio. Se concluye que la mayoría de la población (72%) tiene sus ingresos propios.

Pregunta N° 3: ¿Compraría ropa usada de mujer, de niños y niñas, en una tienda física o de manera virtual con envíos hasta su casa? (Si su respuesta es NO por favor pasar la pregunta N° 13).

Interpretación pregunta N°3:

De la figura n°9 y la tabla n°9 del capítulo IV, en esta pregunta se quiso hacer un filtro para entender si toda la población en estudio compraría ropa usada, del total de la muestra 229 respuestas fueron afirmativas lo que representa un 91%.

En la respuesta numero 13 podremos visualizar porque estas personas no están interesadas en adquirir prendas de segunda mano.

Pregunta N° 4: Para usted: ¿Cuál es el nivel de importancia de la ropa?

Interpretación pregunta N°4:

De la figura n°10 y la tabla n°10 del capítulo IV, las opciones que se presentaron eran: **muy importante, importante y nada importante**, de las 229 entrevistadas, 132 respuestas fueron importante lo que representa un 58%, 86 indicaron que era muy importante lo que es igual a un 37% y para 11 mujeres es nada importante lo que representa un 5% del total de la muestra. Esta pregunta es de suma relevancia ya que las prendas de vestir son importantes para la mayoría de la población en estudio.

Pregunta N° 5: ¿En qué se fija en el momento de comprar una prenda?

Interpretación pregunta N°5:

De la figura n°11 y la tabla n°11 del capítulo IV, con esta pregunta se pretendía entender en que se fijan las personas en el momento de comprar ropa de segunda mano, la mayoría, para un total de 99 personas lo cual es equivalente a un 43% se fijan en el precio, seguido por un 24% en la marca, un 19% la tendencia de la moda, un 9% en la comodidad y un 4% en otros aspectos.

Con estas respuestas se concluye que la tienda tiene que manejar precios accesibles ya que para la población entrevistada es el aspecto de mayor relevancia, por tanto, queda la tarea de manejar bajos costos para así poder cumplir con este rubro.

Pregunta N° 6: De las siguientes prendas de vestir para mujeres o niños (as) cuales le gustaría adquirir: Blusas y camisas. Pantalones y shorts. Abrigos, blazers y cardigans. Enaguas y vestidos. Todas las anteriores.

Interpretación pregunta N°6:

De la figura n°12 y la tabla n°12 del capítulo IV, existen muchas prendas de vestir por eso con esa pregunta se quiso entender que es lo que más gusta a las mujeres del distrito de Carrizal. Las blusas y camisas encabezan la lista con 55 respuestas lo cual representa un 24%, continúan los pantalones y shorts con 34 respuestas, después los abrigos, blazers y cardigans con 31 respuestas, enaguas y vestidos con 23 respuestas y la mayoría de las entrevistadas quisiera de todas las anteriores con un 38%, se llega a la conclusión que se va a manejar todas las prendas enlistadas en la pregunta.

Pregunta N° 7: ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesta a pagar por estas prendas usadas?

Interpretación pregunta N°7:

De la figura n°13 y la tabla n°13 del capítulo IV, la idea de esta pregunta es poder tener una base para colocarle el precio a las prendas de vestir que se van a vender; entender el precio

que estaría dispuestas a pagar estas mujeres. Un 38% de la población (la mayoría) indicó que estarían dispuestas a pagar entre ¢ 2.500,00 y ¢ 3.500,00, un 30% entre ¢ 4.000,00 y ¢ 6000,00, un 19% ¢ 500,00 y ¢ 200,00, un 10% ¢ 6.500,00 y ¢ 10.000,00 y un 3% dijo que pagaría más de ¢ 10.000,00.

Pregunta N° 8: ¿Qué le motiva a comprar ropa usada?

Interpretación pregunta N°8:

De la figura n°14 y la tabla n°14 del capítulo IV, las opciones presentadas para esta pregunta eran: **el menor precio, la exclusividad, el beneficio ambiental u otro**. El 42% de las entrevistadas eligieron el menor precio, un 29% la exclusividad, un 22% el beneficio ambiental y un 7% otro; se llega a la conclusión que la mayoría de la muestra quieren precios bajos.

Pregunta N° 9 ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las prendas?

Interpretación pregunta N°9:

De la figura n°15 y la tabla n°15 del capítulo IV, el 60% que son 137 respuestas de los individuos desean recibir información de las prendas por medio de redes sociales (Facebook e Instagram), el 38% que son 88 respuestas, les gustaría por WhatsApp, el 2% que son 4 personas, por medio de correo electrónico y a ninguna de las personas entrevistadas les gustaría recibir información por SMS (mensaje de texto); por tanto se concluye que la información será enviada por redes sociales y WhatsApp ya que son los medios de mayor preferencia.

Pregunta N° 10 ¿Con que frecuencia compra ropa usada?

Interpretación pregunta N°10:

De la figura n°16 y la tabla n°16 del capítulo IV, del total de los entrevistados que son 229 individuos, 98 persona que representan un 43% compran ropa a menudo, 81 personas raramente, 24 personas una vez al mes, 19 personas una vez al año y 7 personas respondieron que nunca

habían comprado ropa usada las cuales representan un 3%. Se llega a la conclusión que la mayoría de los individuos compra ropa usada a menudo, lo cual representa una gran ventaja para la tienda y los futuros compradores.

Pregunta N° 11 ¿Conoce alguna tienda en Carrizal de Alajuela que venda ropa de segunda mano para mujeres, niños y niñas?

Interpretación pregunta N°11:

De la figura n°17 y la tabla n°17 del capítulo IV, del total de la muestra que son 229 personas, 221 respuestas las cuales representan un 97% indicaron que no conocían tienda de ropa de segunda mano en Carrizal de Alajuela y 8 personas que son el 3% indicaron que si conocen. Se concluye que es una oportunidad de mercado ya que la mayoría de la población indica que no hay tienda de este tipo, por tanto, no habría mayor competencia.

Pregunta N° 12 ¿Qué tan probable es que recomiende la compra de ropa de segunda mano a alguna amiga, conocida o familiar?

Interpretación pregunta N°12:

De la figura n°18 y la tabla n°18 del capítulo IV, 143 entrevistadas respondieron que si recomendase la tienda y solo 7 personas que representan un 3% de la muestra, indicaron que no es tan probable que hagan la recomendación, por tanto se concluye que la apertura de la tienda llegaría a muchísimas más personas, puesto que la mayoría de las personas la recomendarían.

Pregunta N° 13 ¿Por qué no le gustaría comprar ropa usada? (Esta pregunta es únicamente para las personas que respondieron que NO comprarían ropa usada). Puede elegir más de una opción.

Interpretación pregunta N°13:

De la figura n°19 y la tabla n°19 del capítulo IV, esta pregunta era únicamente para las personas que había respondido que no compraron ropa usada, que fue un total de 22 individuos, 13 respuestas que representan un 59% indicaron que no les gusta porque siempre se les complica encontrar algo, 6 personas indicaron que son fan de la ropa de la nueva lo cual representa un 27% y 3 personas indicaron que les desagrada la ropa usada por un tema de higiene, estas representan un 14%; se concluye que se debe buscar la manera de atraer estos clientes, que la tienda no sea cómo el resto de las ropas americanas que está todo muy desordenada, que sea muy fácil de buscar, además mostrando las prendas de vestir como se detalla en las imágenes 1 y 2 del capítulo IV será más fácil para los clientes puedan encontrar las prendas de su gusto.

5.2 Análisis del estudio financiero de la rentabilidad del proyecto

Los datos sobre los que se apoya este estudio financiero y verificar si el proyecto es viable son las siguientes:

- a) Este proyecto se realizará con una proyección a cinco años, se utiliza el año cero como el año de inversión, en este se estima unos 150 días para la tramitología de permisos (Municipalidad, Ministerio de salud), también se usa para la compra del mobiliario y del inventario.
- b) De acuerdo con lo que se investigó con otras tiendas de venta de ropa de segunda mano las ventas ahora con Pandemia son alrededor de 750 piezas por mes, lo que es aproximadamente al año 9000 piezas, antes de la pandemia las ventas eran mayores a las 950 unidades al mes para un total anual aproximado de 11400 unidades. Se estima en el emprendimiento que se quiere implementar que el volumen de ventas será menor, al ser un negocio poco conocido y que está incorporándose en el mercado. Se planteó para el primer año ventas de alrededor de 5000 unidades anuales y 416 mensuales aproximadamente.

- c) Las ventas en unidad de medida tendrán un aumento anual de alrededor a un 30% para el año 2 con 6500 unidades anuales, para el año 3 un aumento del 25% con ventas anuales de 8125, año 4 un aumento del 20% con ventas anuales de 9750 y el año 5 un aumento del 15% con ventas anuales de 11213 unidades.
- d) Todas las prendas tienen un diferente margen de ganancia, pero si para todos aplica la misma regla: el margen debe ser mayor al 50% del costo; y, ¿por qué se da lo de la diferencia de los márgenes de ganancia?, es porque algunas prendas tienen un costo muy bajo y por tanto tenemos oportunidad de ganarles más. Para las blusas el margen de ganancia es de un 80%, los shorts tienen un margen del 50%, los vestidos del 76%, los pantalones del 69%, abrigos del 63%, enaguas 70% y la ropa de niños y niñas un 54%, se hace muy sencillo colocar los precios con diferentes márgenes porque las pacas que vamos a comprar a los distribuidores vienen por prendas, por ejemplo, se compran las pacas de solo blusas, solo enaguas, solo vestidos, etc.
- e) Para la presente investigación se tomará en cuenta una inflación del $2\% \pm 1$ puntos porcentuales, y una tasa básica pasiva del 3,50% de acuerdo con los porcentajes de los primeros meses del año 2021 mismos proporcionados por el Banco Central de Costa Rica.
- f) Se prevé un aumento en gastos fijos y variables de un 3%, un porcentaje un poco más arriba de la inflación esperada.
- g) Se realiza un estudio de opciones de financiamiento con diferentes entidades bancarias (Banco Nacional, Banco de Costa Rica y BAC San José) para este tipo de emprendimientos, y se elige la opción del Banco Nacional ya que ofrece la mejor la tasa de interés, la cual es un 9.3% a un plazo de 5 años.

5.2.1 Inversión inicial de la tienda:

En la tabla N° 20, del capítulo IV, se muestra un detalle minucioso de lo que se va a necesitar para la tienda. Comenzando con la remodelación se hará en un espacio que se tenía para garaje (el garaje se trasladó de lugar) cuyas medidas son de 6x5, este espacio actualmente tiene el piso (chorreado) y el techo, se debe instalar un servicio sanitario con lava manos, se va hacer un vestidor, se debe cerrar el espacio con paredes (ahorita es un espacio abierto), se hará una puerta de vidrio para el ingreso, y se va a colocar porcelanato en el piso, el valor cotizado de mano de obra más materiales es de **¢3,250,000.00**.

Para la tienda se va a necesitar una silla de escritorio, un escritorio, los percheros y ganchos para la ropa, un espejo, pistola para etiquetar la ropa con el precio, una impresora para la impresión de facturas que serán tipo baucher, material de empaque que seria 3 tipos de bolsas de diferentes tamaños y algunos útiles de oficina, con respecto a la computadora no se toma en consideración porque ya se cuenta con esta, la suma de todo lo mencionado anteriormente asciende a **¢789,600.00**.

El inventario de la tienda son las prendas, se comprara paca de blusas de mujer la cual contiene 150 piezas y tiene un costo total de ¢75,000.00, paca de shorts de mujer la cual contiene 120 piezas a costo total de ¢240,000.00, paca de vestidos de mujer con 80 piezas a un costo total de ¢85,000.00, paca de pantalón de mujer con 50 piezas a un costo total de ¢85,000.00, paca de abrigos de mujer con 80 piezas a un costo total de ¢90,000.00, paca de enaguas de mujer con 100 piezas a un costo total de ¢90,000.00 y una paca de niño y niña con prendas mixtas y contiene 400 piezas a un costo total de ¢370,000.00, la inversión total en el inventario de ropa seria de **¢1,035,000.00**. El proveedor al cual le haremos esta compra importa directo de Estados Unidos no hay intermediarios, y la ropa es de tipo Premium.

Se dejarán **¢925,400.00** para los imprevistos que se presenten en la implementación del emprendimiento. Total, inversión inicial: **¢6, 000,000.00**

5.2.2 Tabla de depreciación:

En la tabla N° 21, del capítulo IV, los activos de la tienda según nuestra política y disposiciones del Ministerio de Hacienda serán los siguientes:

- **Mejoras edificio:** acá se incluye la mejora o remodelación que se hará en el garaje de la casa, se toma como vida útil 44 años, los edificios se deprecian a 50 años, pero según el Ministerio de Hacienda las mejoras deben ser incorporado al activo y debe ser depreciado en los años de vida útil restantes del bien original, la casa tiene de construida 6 años.
- **Mobiliario y equipo:** dentro de estos activos incluimos el escritorio, los percheros y todos los ganchos para la ropa, los cuales seria depreciados a 10 años.
- **Equipo de cómputo:** dentro de estos activos incluimos la impresora para facturas la cual será depreciada a 5 años.

Se utiliza la depreciación de línea recta. La cuota mensual de depreciación para todos los activos será de ¢12,864.00 y el monto anual seria de **¢154,364.00**

5.2.3 Tabla de Presupuesto de ventas: Ingresos:

En la tabla N° 22, del capítulo IV, los ingresos provienen de las ventas esperadas:

- **Año 1:** se espera vender mensualmente 416 prendas aproximadamente, con un ingreso mensual de ¢ 1,282,916.67, el total aproximado de prendas a vender anualmente sería de 5000 unidades con un ingreso anual de **¢15,395,000.00.**

- **Año 2:** se espera vender mensualmente 541 prendas aproximadamente, con un ingreso mensual de ₡1,671,041.67, el total aproximado de prendas a vender anualmente sería de 6500 unidades con un ingreso anual de **₡20,052,500.00**. Acá vamos a experimentar un aumento en las ventas del 30% con respecto al año anterior.
- **Año 3:** se espera vender mensualmente 677 prendas aproximadamente, con un ingreso mensual de ₡2,088,802.08, el total aproximado de prendas a vender anualmente sería de 8125 unidades con un ingreso anual de **₡25,065,625.00**. Acá vamos a experimentar un aumento en las ventas del 25% con respecto al año anterior.
- **Año 4:** se espera vender mensualmente 812 prendas aproximadamente, con un ingreso mensual de ₡2,506,562.50, el total aproximado de prendas a vender anualmente sería de 9750 unidades con un ingreso anual de **₡30,078,750.00**. Acá vamos a experimentar un aumento en las ventas del 20% con respecto al año anterior.
- **Año 5:** se espera vender mensualmente 934 prendas aproximadamente, con un ingreso mensual de ₡2,882,675.42, el total aproximado de prendas a vender anualmente sería de 11213 unidades con un ingreso anual de **₡34,592,105.00**. Acá vamos a experimentar un aumento en las ventas del 15% con respecto al año anterior.

La baja de los porcentaje en las ventas es siguiendo el ciclo de vida de un producto, en el año 1 empezamos con la introducción al mercado, esta es una etapa llena de incertidumbre y de riesgos, para el año 2 nos colocamos en la etapa de crecimiento y es donde se da el porcentaje más

alto en las ventas con un 30%, acá vamos a empezar a ser aceptados por los consumidores, para el año 3 y 4 llegamos a la etapa de madurez las ventas aumentan pero a un ritmo más lento, se espera un aumento del 20% y 25% respectivamente, para el año cinco estamos previendo por si llegamos a la etapa del declive, es una etapa a la que no quisiéramos llegar, el aumento en ventas que se espera es de un 15%, en caso que se siga a la baja debemos buscar nuevas propuestas e innovaciones que vuelvan hacer la tienda atractiva.

5.2.4 Tabla de Presupuesto de salarios:

En la tabla N° 23, del capítulo IV, el salario que se pretende pagar es el de un dependiente, cuyo puesto según salarios mínimos de la página del Ministerio de Trabajo es de ₡347,514.00 mensuales.

El monto que se pagara es de ₡348,000.00 mensuales y anualmente de **₡4,176,000.00** para el primer año; se harán aumentos anuales del 3% cada año, por tanto, para el año dos el salario ascenderá a **₡4,301,280.00** anuales, año tres **₡4,430,318.40**, año cuatro **₡4,563,27.95** y para el año cinco **₡4,700,124.79**.

5.2.5 Tabla de Provisiones de ley:

En la tabla N° 24, del capítulo IV, las provisiones que estamos calculando son aguinaldos al cual le corresponde un 8.33%, cesantía 5.33%, FCL 3% y vacaciones 4.16%. Para el año 1 el monto total de provisiones es la suma de **₡869,443.20**

5.2.6 Tabla de Riesgos de trabajo:

En la tabla N° 25, del capítulo IV, el porcentaje para riesgos del trabajador corresponde a un 1,43% por cada colaborador, esto le corresponde al Instituto Nacional de Seguros, para nuestro caso es únicamente una persona, el monto total para el año 1 es de **₡59,716.80**

5.2.7 Tabla de Cargas sociales:

En la tabla n° 26, del capítulo IV, el porcentaje de las cargas sociales que le corresponde al patrono es de un 26,5% por cada colaborador, el cual es cancelado a la Caja Costarricense del Seguro Social; para nuestro caso es únicamente una persona, el monto total para el año 1 es de **¢1,106,640.00**.

5.2.8 Tabla de Costos fijos:

En la tabla N° 27, del capítulo IV, se muestran los gastos fijos del emprendimiento a un plazo de cinco años, acá consideramos agua, luz, internet, teléfono, servicio de contabilidad, salario, promoción y publicidad, el rubro otros es material de empaque y útiles de oficina.

En el año N° 1 se consideró la suma de **¢6,331,200.00**, para los siguientes años se proyectó un aumento del 2% para el año n° 2; 2.50% para el año N° 3; 3% para el año N° 4 y 3.50% para el año N° 5, para un total de los 5 años de **¢33,282,613.65**

5.2.9 Tabla de Costos Variables:

En la tabla N° 28, del capítulo IV, se muestra los gastos variables los cuales para este proyecto es el inventario de ropa, para el año n°1 se proyectó un gasto de **¢5,400,000.00**, para los años siguientes los aumentos serían del 3% para el año N° 2; 4% para el año N° 3; 6% para el N° 4 y 7% para el año N° 5.

5.2.10 Tabla de Costos total de producción:

En la tabla N° 29, del capítulo IV, se muestra el costo total efectivo de producción, el cual es la suma del total de costos fijos y el total de costos variables anualizados; para el año n° 1 la suma de ambos es de **¢11,731,200.00**; año n° 2 **¢12,007,824.00**; año n° 3 **¢12,419,269.60**; año n° 4 **¢12,967,847.69** y para el año n° 5 **¢13,656,472.36**

5.2.11 Tabla de cálculo del financiamiento:

En la tabla N° 30, del capítulo IV, se muestra el financiamiento, el cual se va a realizar con el Banco Nacional, el monto del financiamiento es de **¢6,000,000.00**, a un plazo de 60 meses y a una tasa del 9.3%, la cuota a cancelar por mes de ¢125,425.54 (incluye principal más intereses).

5.2.12 Tabla del Capital de trabajo:

En la tabla N° 31, del capítulo IV, mostramos el capital de trabajo por una suma de **¢224,981.92**, con un costo promedio diario de **¢32,140.27**, los días de desfase sería 7 que sería los días que se necesitan para la ocurrencia de los gastos y los ingresos.

5.2.13 Tabla del Estado de resultados proyectado a cinco años:

En la tabla N° 32, del capítulo IV, se hace un análisis del estado de resultados proyectado a 5 años, con el fin de entender la utilidad o pérdida del emprendimiento. La información es alimentada de las tablas de los ingresos, de los costos fijos y variables y del financiamiento, la utilidad bruta en todos los años es positiva al igual que la utilidad neta después del impuesto sobre la renta. La renta se calcula por medio de la tabla que indica el Ministerio de Hacienda y es de manera escalonada al ser una empresa cuya renta bruta no supera los ¢109,337,000.00.

Se concluye que las ventas son crecientes cada año durante los 5 años, de igual manera la utilidad bruta tiende a crecer cada año y la utilidad neta después de impuestos también va en alza cada año, lo cual muestra un resultado muy positivo para el proyecto y nos da a entender que es viable financieramente.

5.2.14 Tabla del Flujo proyectado a cinco años:

En la tabla N° 33, del capítulo IV, se muestra un flujo proyectado a 5 años, con los siguientes detalles:

- Los ingresos son crecientes, solamente en el año dos se ve una baja, pero es por la inversión inicial que coopera en el año N° 1, y esta únicamente

se realiza en el año 1 para arrancar con el negocio; los ingresos por ventas en el año n° 2 son mayores al año 1.

- El saldo en la caja neta es positivo todos los años, desde el año 1 con un monto de ¢2,004,329.83, y va de forma creciente para el resto de los años; el año 2 por un monto de ¢6,385,205.83, año 3 ¢10,986,885.23, año 4 ¢15,451,432.15 y año 5 ¢19,276,162.48.
- El saldo en la caja ajustada para todos los años es positivo lo cual refleja ganancia y que el proyecto es rentable.

5.2.15 Tabla del cálculo del Valor Actual Neto (VAN):

En la tabla N° 34, del capítulo IV, se muestra el cálculo el Valor Actual Neto (VAN), para dicho cálculo se toma la inversión inicial, y el saldo en caja neto (que es la diferencia resultante entre los ingresos y gastos que se prevén en el flujo de caja proyectado) del año 1 al 5, la tasa de descuento que es de un 15% (es la mínima rentabilidad deseada para la inversión), el resultado del VAN es de **¢26,213,149.86**, al ser un monto positivo llegamos a la conclusión que el proyecto viable, ya que sus ganancias van a ser mayores que sus desembolsos.

5.2.16 Tabla del cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR):

En la tabla N° 35, del capítulo IV, se muestra el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR), para dicho cálculo se toma la inversión inicial, y el saldo en caja neto (que es la diferencia resultante entre los ingresos y gastos que se prevén en el flujo de caja proyectado) del año 1 al 5, la tasa de descuento que es de un 15% (es la mínima rentabilidad deseada para la inversión), el resultado del TIR es de **94,31%**, este sería el rendimiento máximo esperado, y al ser dicho porcentaje mayor que la tasa de descuento el proyecto es viable y es conveniente realizar el emprendimiento.

5.2.17 Tabla del cálculo del período de recuperación:

En la tabla N° 36, del capítulo IV, se muestra el cálculo del período de recuperación, donde la inversión según la fórmula se recupera en 1,63 años, esto se traduce en que la recuperación se da en el año número 2 al ser en ese año un saldo en la caja neta de ₡6,385,205.83, como notan ya se sobrepasa los ₡6,000,000.00 de la inversión inicial.

5.2.18 Tabla del cálculo del Punto de equilibrio:

En la tabla N° 37, del capítulo IV, se muestra el cálculo del punto de equilibrio, el cual se obtiene de los gastos fijos dividido en los costos variables dividido y las ventas totales, cuyo resultado es de ₡9,751,758.28, este indicador es lo mínimo que debemos tener para mantener el negocio activo.

5.3 Respondiendo a la pregunta de la investigación: ¿Es factible financiera y operativamente la creación de un emprendimiento de venta de ropa de segunda mano en el Distrito de Carrizal de Alajuela?

Se llega a la conclusión que el emprendimiento es factible financiera y operativamente; desde el año 1 deja ganancia y esta va en aumento todos los años, como se mostró anteriormente muestra un VAN y un TIR positivo, lo cual nos da mayor seguridad que el emprendimiento va por el camino correcto.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

El objetivo específico N°1 de este proyecto es el siguiente: **“Identificar las necesidades que tiene actualmente el mercado meta al cual va dirigido el emprendimiento para ofrecer las prendas”**, se presentan las siguientes conclusiones:

- En la actualidad la economía de las personas es bastante compleja, mucho que pagar y el dinero no alcanza, por eso el uso de ropa de segunda mano ha tenido un gran auge en los últimos años. La mayoría de la población en estudio le gustaría comprar ropa de segunda mano y se inclinan muchísimo por precios accesibles, esto lo podemos corroborar en la tabla n°11 donde el 43% de la población entrevistada lo primero en lo que se fija es el precio.
- Actualmente la tienda de ropa no cuenta con mucha competencia en el distrito de Carrizal, ya que la mayoría de la población entrevistada (un 97%) indicaron que no conocen tienda de ropa de segunda mano en el pueblo, por tanto, se concluye que será un negocio factible y de gran agrado para las mujeres de la zona, y además para las que quieran comprar de manera virtual y que les llegue a cualquier parte del país. Este dato lo podemos verificar en la tabla n° 17 donde del total de los entrevistadas (229), 221 personas indicaron que no conocen tienda de venta de ropa de segunda mano en la zona.

Recomendaciones

- Enlazar excelentes relaciones con diferentes proveedores para adquirir ropa de calidad, a precios más bajos y así lograr disminución o mantener los costos variables en el tiempo, una excelente opción es hacer una alianza con varias tiendas de ropa americana y hacer la importación en conjunto.

- Si bien es cierto momentáneamente el negocio se centra en ciertas prendas de vestir, a futuro se puede ampliar la gama de ropa; también agregando accesorios como aretes, pulseras, cadenas, lentes, entre otros; ropa deportiva que está teniendo un gran aumento en los últimos meses y ropa de caballero.

Con respecto al objetivo específico N° 2: **“Anotar los requerimientos legales, administrativos y tributarios en Costa Rica para la puesta en marcha de un nuevo negocio”**, se concluye lo siguiente:

- Por medio de la investigación y a través de las páginas web y llamadas telefónicas a las distintas instituciones, se determinan los requisitos legales para el establecimiento de una tienda de ropa de segunda mano, los cuales son trámites sencillos y de fácil cumplimiento. Se debe invertir más que todo tiempo completando formularios, los cuales en su mayoría son en línea; solo se debe tener el cuidado de la renovación de estos ya que algunos son de forma periódica.

Recomendación

- Contar con un despacho de contabilidad para que nos apoye a cumplir con todas las obligaciones tributarias y contables, y nos ayude con la renovación anual de los permisos que así lo requieran.

Con respecto al objetivo específico N° 3: **“Definir las estrategias de mercadeo a utilizar para la comercialización de los productos, y así lograr captar la atención de los futuros clientes”**, se determinan las siguientes conclusiones:

- Las redes sociales hoy en día son una estrategia poderosa de mercadeo, la mayoría de las personas tienen Facebook, Instagram y WhatsApp, estas son herramientas de gran alcance y divulgación, por tanto será muy fácil poder promocionar la tienda y así mostrar todas las

prendas de vestir; esta será la manera que se va a utilizar para atraer a las futuras clientas. En la tabla n°15 podemos ver que la mayoría de las entrevistadas (un 60%) quieren recibir información por medio de las redes sociales Facebook e Instagram, y un 38% por medio de WhatsApp y solo un 2% por medio de correo electrónico.

Recomendaciones

- A futuro se puede ampliar en publicidad, como por ejemplo anuncios por televisión, por la radio, vallas publicitarias y cualquier otro mecanismo de publicidad adicional que atraiga clientela.
- Continuar con la venta de ropa virtual con envíos por medio de correos de Costa Rica o con entregas personales en la zona de Carrizal sus alrededores y Alajuela Centro, esto ante la emergencia sanitaria que enfrenta el país por el Covid-19.

Con respecto al objetivo específico N° 4: **“Determinar la viabilidad financiera y rentabilidad del emprendimiento en un horizonte de cinco años, con el fin de valorar su implementación”**, se llega a la siguiente conclusión:

- Se realiza un estudio de viabilidad financiera y para poder iniciar con el emprendimiento se necesita un capital de ₡6,000,000.00 (seis millones de colones exactos) el cual se va a lograr con un crédito con el Banco Nacional de Costa Rica, según cotizaciones realizadas esta entidad es que la ofrece mejores condiciones en dicho momento. En la tabla n° 20 podemos ver el detalle de los rubros que componen inversión inicial.
- Se realiza una proyección de ventas en un escenario recatado en comparación a las ventas que realizan otras tiendas de ropa de segunda mano (esto según estudio realizado con dichas tiendas). Estos ingresos cubren sin problema todos nuestros costos y gastos y generan una utilidad durante los 5 años que se hizo la proyección. Las ventas esperadas las

podemos visualizar en la tabla n° 22 llamada Ingresos, ahí está el detalle de las ventas esperadas desde el año 1 al año 5

- En el estudio realizado este proyecto genera un monto en el Valor Actual Neto de ₡26,213,149.86 (veintiséis millones doscientos trece mil ciento cuarenta y nueve colones con ochenta y seis céntimos), lo que nos indica que el proyecto va a hacer rentable. Adicionalmente nos genera una Tasa Interna de Retorno del 94.31%, siendo un porcentaje excelente de recuperación más en un año pandémico. El cálculo del VAN y TIR lo podemos visualizar en la tabla n°34 y n° 35 respectivamente.

Recomendaciones

- Tener un plan de contingencia en caso de que haya cambios importantes en la economía, como aumentos en el tipo de cambio, pandemias, cambios en las leyes de la importación de ropa usada, etc., con el fin de disminuir los efectos que esto pueda producir.
- La información financiera presentada fue con datos entre enero y marzo 2021, por tanto, se recomienda incorporar de inmediato el negocio con el fin de aprovechar los costos y la tasa de interés que actualmente está ofreciendo el banco, esto gracias a la inyección de dinero que hubo en el país y la baja en la tasa básica pasiva de estos meses.

El objetivo general de este proyecto es el siguiente: **“Analizar la factibilidad financiera y operativamente de la creación de una tienda física y virtual de venta de ropa de segunda mano en el Distrito de Carrizal de Alajuela en el primer cuatrimestre del año 2021.”** Se concluye por el estudio realizado que financieramente es viable, ya que según las proyecciones las cifras de cada año son positivas y van en aumento; arrancando el primer año con un porcentaje de utilidad neta del 18%, el segundo del 35%, el tercero del 43%, cuarto del 48% y el quinto año con un porcentaje de utilidad neta del 51%. Estas cifras se pueden corroborar en la tabla n° 32 en el

Estado de Resultados proyectado a 5 años, donde se puede observar que la utilidad bruta y neta cada año va en aumento.

Operativamente de igual manera es posible, únicamente se deben de tramitar los permisos respectivos para poder operar y cumplir con las leyes establecidas para la apertura de un nuevo negocio.

Las posibilidades de dar a conocer la tienda a muchas mujeres más son muy probables, gracias a las diversas plataformas tecnológicas que permitirán publicar el negocio sin hacer una gran inversión.

Recomendaciones

- Solicitar a los clientes den su opinión sobre la tienda, y con estos comentarios entender los puntos de mejora, y así trabajar de forma oportuna y satisfactoria para que el negocio se mantenga o continúe en crecimiento constante.
- Para incentivar la compra de prendas y que el negocio sea diferenciado al resto, es que la tienda le asegure a los consumidores que las prendas han pasado por el proceso de lavado y desinfección que estas requieren.
- Realizar un plan de marketing donde se puedan realizar actividades donde se permita promocionar la tienda y darse a conocer.

6.2 Limitaciones

- Al ser un año pandémico por el virus Covid-19 cualquier negocio puede ser inestable, no sabemos que pueda pasar a futuro; puede ingresar una nueva cepa del virus y lo más preocupante que las vacunas no sean eficaces, y esto provoque cierres nuevamente, personas sin trabajo y una baja en la economía del país.

- Es bastante complicado que las tiendas grandes de ropa americana que hacen importación directa quisieran brindar información clara sobre el proceso de importación, al ser una tienda pequeña y que apenas va a incursionar en el negocio no es recomendable hacerlo. Además, que la logística y el exceso de tramitología que deben cumplir los importadores de ropa usada se vuelve molesto y confuso.

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

7.1 Nombre de la propuesta


- **Nombre de la tienda:** FatIsa Store 
- **Logo:**

Imagen N° 3: Logo



Fuente: elaboración propia.

7.2 Institución, organización, o población en el cual se desarrollará

El emprendimiento se va a realizar en el distrito de Carrizal de Alajuela, también la tienda va a trabajar de forma virtual y hará envíos personales en Carrizal y Alajuela Centro, y envíos a cualquier parte del país por medio de Correo de Costa Rica.

7.3 Objetivo general y específico de la propuesta

- **Objetivo General:**

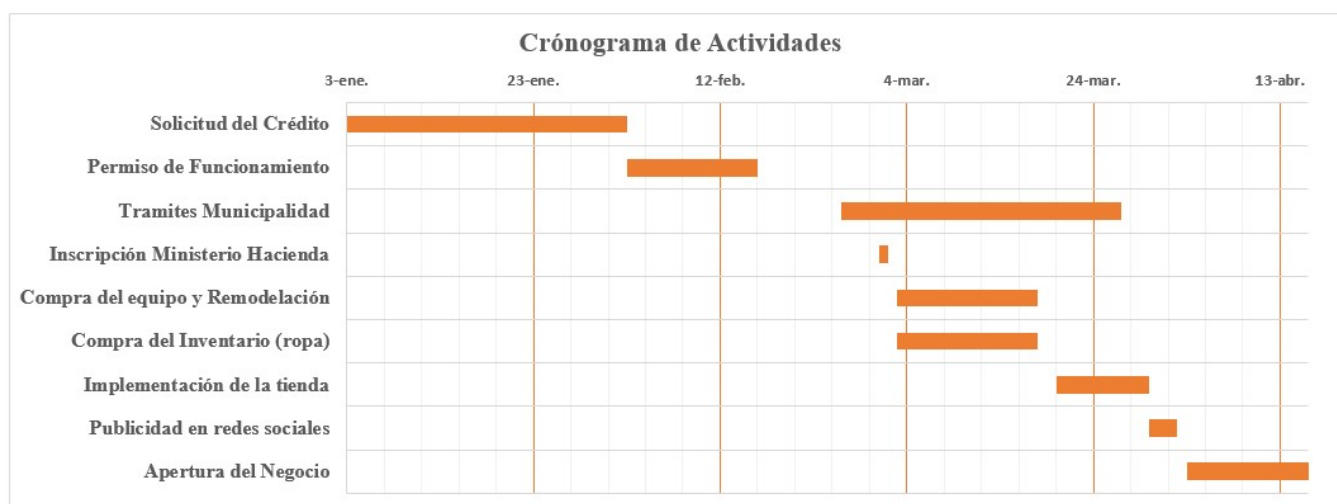
Implementar una tienda física de ropa de segunda mano, dedicada a la venta de prendas de vestir para mujeres, niños y niñas con el fin satisfacer los gustos y necesidades de nuestros clientes.

- **Objetivo Específico:**

- A. Ofrecer ropa de segunda mano de la mejor calidad y a precios accesibles para atraer la mayor cantidad posible de clientes.
- B. Analizar las peticiones y comentarios de los clientes con el fin de mejorar e innovar en la tienda.
- C. Buscar proveedores que nos ayuden a tener precios competitivos y ropa seleccionada, de marca y estilos únicos para ser atractivos para nuestros clientes.

7.4 Cronograma de actividades y responsables

Imagen N° 4: Cronograma de Actividades.



Fuente: elaboración propia.

La persona responsable de realizar todas las diligencias para la implementación del negocio será la propietaria.

7.5 Presupuesto necesario para su implementación

La inversión inicial para la implementación de la tienda es la suma de seis millones de colones, el cual se detalla a continuación:

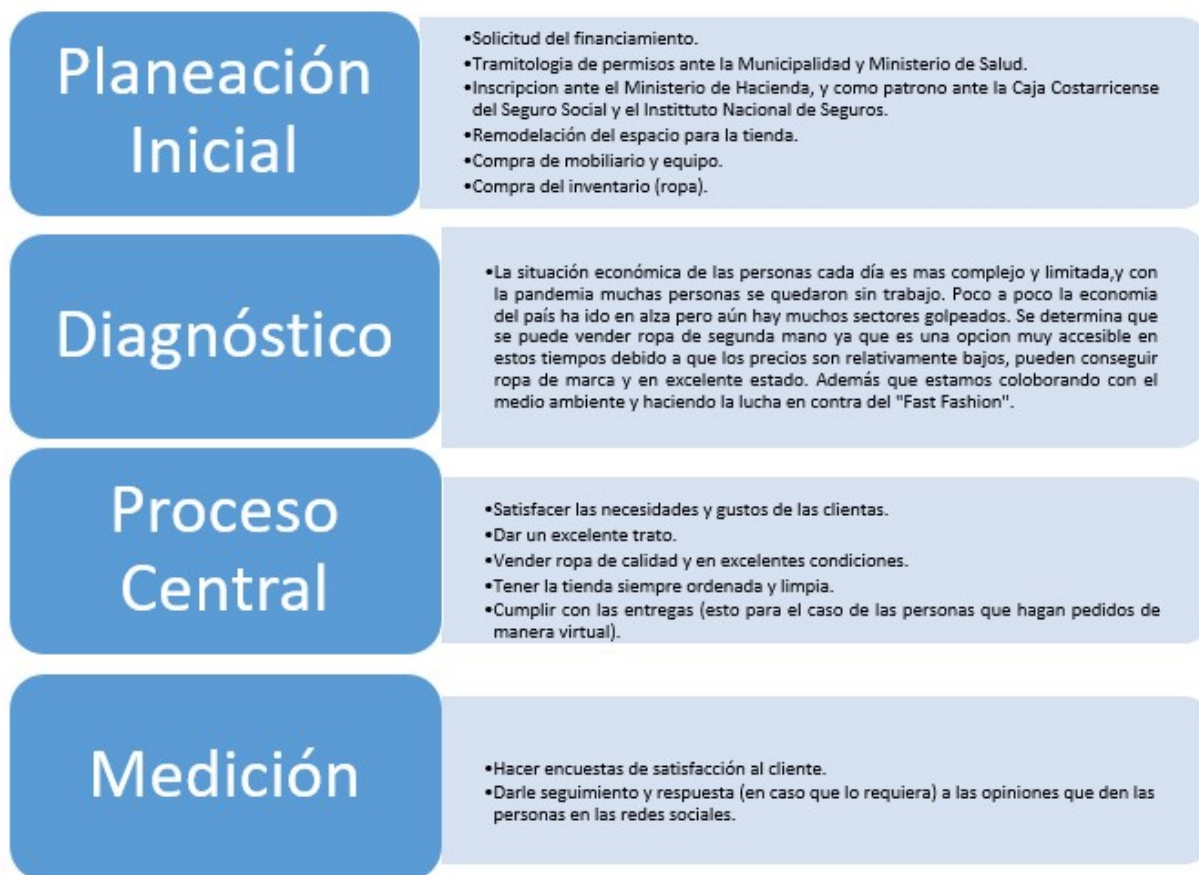
Inversión Inicial	Cantidad	Precio Unitario	Total
Remodelación Espacio para la tienda	1	€ 3.250.000 €	3.250.000
Silla para escritorio	1	€ 49.000 €	49.000
Escritorio	1	€ 120.000 €	120.000
Percheros	5	€ 40.000 €	200.000
Ganchos	500	€ 250 €	125.000
Espejo	1	€ 40.000 €	40.000
Pistola para etiquetas	2	€ 23.000 €	46.000
Impresora para Facturas	1	€ 180.000 €	180.000
Material de Empaque	320	€ 30 €	9.600
Papel y Utiles de Oficina	1	€ 20.000 €	20.000
Pacas Blusas Mujer	150	€ 500 €	75.000
Paca Short Mujer	120	€ 2.000 €	240.000
Paca Vestidos Mujer	80	€ 1.063 €	85.000
Paca Pantalón Mujer	50	€ 1.700 €	85.000
Abrigos Mujer	80	€ 1.125 €	90.000
Enaguas Mujer	100	€ 900 €	90.000
Paca Niño	400	€ 925 €	370.000
Imprevistos	1	€ 925.400 €	925.400
			€ 6.000.000,00

Fuente: elaboración propia.

Se contará con el apoyo del Banco Nacional de Costa Rica para poder arrancar con dicho emprendimiento; este dinero contempla la remodelación del espacio, compras de mobiliario y equipo necesario para la tienda y además de la compra del inventario que para nuestro caso sería la ropa de mujer y de niños y niñas. Se pretende dejar una suma de dinero para los imprevistos que se presenten durante la gestión.

7.6 Descripción detallada de las fases de la propuesta

Figura N° 20: Fases de la propuesta



Fuente: elaboración propia.

REFERENCIAS

- “Observación” (2020). Etecé. De: Argentina. Para: Concepto.de - <https://concepto.de/observacion/>
- Aguilar Chaves, I. (2020). *Estudio de factibilidad para el establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense, bajo la denominación “La Choza de Be”, a ubicarse en Ciudad Colón (cabecera del cantón de Mora), período 2020.* (Tesis de Licenciatura, Universidad Hispanoamericana). <http://13.65.82.242:8080/xmlui/handle/cenit/6162>
- Aisling. (s.f). *At the Root of Nuw.* Razón Pública. <https://www.thenuwardrobe.com/founder-story>
- Arroyo, E. (2021). *Ministerio de Economía, Industria y comercio: Costa Rica se ubica en quinto puestos de emprendimiento.* <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/867/costa-rica-se-ubica-en-quinto-puesto-de-emprendimientos-dinamicos-en-america-latina.php>
- Báez, E y Montero C. (2014). *Historia de la moda en Costa Rica: un armario de más de 500 años.* Perfil. <https://www.revistaperfil.com/moda/tendencia/historia-de-la-moda-en-costa-rica-un-armario-de-mas-de-500-anos/NB2UMSPTPBC7NEU3U7VIXTDF7A/story/>
- Brooks, A. (2019). *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-Hand Clothes.* Zed Books. https://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=vXC1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&ots=5YD-7BA-NF&sig=-6sfpFvJNKEBWP-7OnQ5IuOAhc4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Caja Costarricense del Seguro Social, (s.f). *Preguntas Frecuentes.* <https://www.ccss.sa.cr/faqs?cat=97>

- Cámara de Comercio de Costa Rica (s.f.). *Guía básica para el proceso de importación*. (Archivo PDF). <http://camara-comercio.com/wp-content/uploads/2016/05/Gui%CC%81a-Ba%CC%81sica-para-el-Proceso-de-Importacio%CC%81n.pdf>
- Codeglia, A. (29 de septiembre de 2020). 7 pasos para hacer investigación de mercados. *Hotmart*. <https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/>
- Coll, F. (07 de septiembre, 2020). *Mezcla de Mercadotecnia*. <https://economipedia.com/definiciones/mezcla-de-mercadotecnia.html>
- Debitoor. (s.f.). *Flujo de efectivo*. <https://debitoor.es/glosario/definicion-flujo-efectivo>
- Duanne. (Atypical). (3 de agosto del 2018). 5 mejores tiendas de ropa de segunda en COSTA RICA + mini Haul. (Video). <https://www.youtube.com/watch?v=mw0w7j0S4vo>
- Dzul, M. (s.f.). *Diseño no experimental* (Archivo PDF). https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Fagilde, C. (2009). *Presupuesto Empresarial*. <http://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-3-Manual-de-Presupuesto-Empresarial.pdf>
- Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- García Toro S. P. y Piscoya Bazan K. F. (2020). *Estudio de mercado para una tienda de ropa usada en la ciudad de Chiclayo – 2018*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2604>

García, M., Martínez C., Martín, N y Sánchez L. (s.f.). *Metodología de Investigación Avanzada* (Archivo PDF).

http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf

Gitman, L. (2000). *Fundamentos de administración financiera* (3ra Ed.) México: Harla S.A. de C.V.

Gómez R y Arley J (2019). La propuesta de un plan de negocios que enmarca el determinar el proceso de estudio de mercados, plan de operación, plan financiero, económico, estudio administrativo, social y ambiental para determinar la factibilidad de la creación de una empresa de venta de ropa usada o de segunda mano en el municipio de Ocaña, norte de Santander (Tesis Administrador de Empresas, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña).

<http://repositorio.ufpso.edu.co/handle/123456789/2402>

Gómez, G. (2020). Presupuesto financiero. Fuentes, fijación de precios y márgenes de ganancia.

Recuperado el 01 de septiembre de 2021 de: <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-financiero-basico/>

Gonzalo J. (2020, 25 abril). *Ropa de segunda mano, ¿un negocio en alza?* Razón pública.

<https://www.asesorfranquicia.com/portal-franquicias/franquicias-ropa-segunda-mano/>

Google. (s.f). (Mapa de Carrizal. Costa Rica en Google maps). Recuperado el 21 febrero, 2021, de:

<https://www.google.com/maps/place/Provincia+de+Alajuela,+Carrizal/@10.0878009,-84.1715245,16z/data=!4m5!3m4!1s0x8fa0f1146ea5550b:0x3e8ad7d5d2d293b7!8m2!3d10.0867332!4d-84.1685722>

- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación. Quinta edición.* México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
<https://upvv.clavijero.edu.mx/cursos/LEB0742/documentos/Metodologiadelainvestigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Censo. 2011. Indicadores demográficos y sociales según provincia, cantón y distrito.* <https://www.inec.cr/poblacion>
- Instituto Nacional de Seguros, (s.f.). *Seguro Riesgos del Trabajo.* <https://www.ins-cr.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/>
- Junco J., Álvarez P., Reyna R. *Características del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES Españolas Estudios de Economía Aplicada.*
<https://www.redalyc.org/pdf/301/30113818017.pdf>
- Leiva, J. (Agosto, 2013). *¿Quién crea Mipymes en Costa Rica?*
<https://doi.org/10.18845/te.v7i2.1509>
- Lolita Multimarca (s.f). *Cómo Es La Ropa Vintage: Razones Para Comprar Y Vestirte Con Ese Estilo.* <https://www.lolitamoda.com/blog/90-como-es-la-ropa-vintage-razones-para-comprar-y-vestirte-con-ese-estilo>
- Mabisy. (s.f). 3 opciones de venta para vender ropa en internet. <https://www.mabisy.com/blog-vender-por-internet/como-vender-ropa-usada-por-internet>
- Mejías, N. (17 de julio, 2011). *Escala de Actitudes en investigación.* Odiseo.
<https://odiseo.com.mx/libros-y-resenas/escalas-de-actitudes-en-investigacion/>

Ministerio de Hacienda, (s.f.). *Declaración de inscripción, Modificación de datos, Desinscripción en ATV.* [https://www.hacienda.go.cr/contenido/13358-declaracion-de-inscripcion-](https://www.hacienda.go.cr/contenido/13358-declaracion-de-inscripcion-modificacion-de-datos-desinscripcion-en-atv)

[modificacion-de-datos-desinscripcion-en-atv](https://www.hacienda.go.cr/contenido/13358-declaracion-de-inscripcion-modificacion-de-datos-desinscripcion-en-atv)

Ministerio de Hacienda, (s.f.). *Información General.*

<https://www.hacienda.go.cr/contenido/14852-informacion-general-regimen-de-tributacion-simplificada>

Ministerio de Salud, (s.f.). *Trámite para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento para Establecimientos Industriales, Comerciales y de Servicios.*

<https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms>

Ministerio de Salud. (s.f.). *Importación, exportación y desalmacenaje.* Autorización de ropa usada.

https://www.ministeriodesalud.go.cr/misalud_2017/index.php/tramites-ms/empresas/importacion-exportacion-y-desalmacenaje

Municipalidad de Alajuela, (s.f.). *Solicitud de Patente Comercial.*

https://www.munialajuela.go.cr/cms/api/File/DownloadFile/OtherFiles/SOLICITUD_DE_PATENTE_COMERCIAL_14_02_2020_14-02-2020_12_18_40.pdf

Municipalidad de Alajuela, (s.f.). *Uso de suelo.*

https://www.munialajuela.go.cr/cms/api/File/DownloadFile/OtherFiles/USO_DE_SUELO_PATENTE_13-12-2018_10_11_37_08-01-2019_12_44_50.pdf

Nieto, A. (19 marzo, 2016). ¿Qué es el apalancamiento financiero? *El Blog de Salmón.*

<https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-el-apalancamiento-financiero>

Ocho, C. (19 de febrero, 2015). El muestreo: qué es y por qué funciona. *Netquest*.
<https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-que-es-porque-funciona>

Pedrosa, S. (09 de octubre, 2015). *Oferta*. <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiro, A. (16 de julio, 2015). *Demanda*. <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Pequeñas y Medianas Empresas. (s.f). *Pymes Costa Rica*.
<https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>

Riello, G. (2012). Breve Historia de la moda. Desde la edad media hasta la actualidad. Gustavo Gili, SL.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55263083/Breve_historia_de_la_moda_Desde_la_Edad_Media_hasta_la_actualidad.pdf?1513018895=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDesde_la_Edad_Media_hasta_la_actualidad.pdf&Expires=1613707009&Signature=gf~1teV0IK-8xRVhTUoo40QiQNWlijfsGEB1kaYV3-hEH-TIxXt1K0grF-F~6w1nvw14Qm8~j1F4v227pBlz2staLQnIzBZksucAa7ZaYsySRzD1y~cnW48KAwZa1MveyjPBfhKjmSOYwEqxBhtyGeT9vb-Tr28vNUsJ3iMTRHIuVafvRX8nbCcgazDnC~e~PVFFSJDUBz4veY0p5xwNVCIMcLo9QXHU0FQnfAOdSU7Xdp9IdW4u9ZLFwTWxhXC5LRMdGZSehBFjxnoZSvridNZo5L~LzxGc7-TW-QdDjt3NJPW5daFpuYQ1vA7HZ0kP5wB7TfuvJQUX4d7KWWZO__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Rodríguez M. (2020, 16 junio). *¿Cómo son las mujeres que lidera PYMES? Un estudio aplicado en Costa Rica*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3519546#

Rus, E. (06 de mayo, 2020). Punto de Equilibrio. <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

Sevilla, A. (15 de julio, 2014). Tasa interna de retorno (TIR). <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Significado de estudio de mercado. (26 de marzo de 2017). *Qué es estudio de mercado*. Significados.com. Recuperado el 28 de febrero del 2021 de <https://www.significados.com/estudio-de-mercado/>.

Thompson, I. (abril, 2006). El mercado meta. *Conozca cuál es la definición e importancia del mercado meta, qué criterios se sugieren para seleccionarlo y cuál es la forma ética de hacerlo.*

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60475342/Articulo_MERCADO_META_OBJETIVO_120190903-117056-ygtl91.pdf?1567522172=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DArticulo_MERCADO_META_OBJETIVO_1.pdf&Expires=1614547205&Signature=JUyeIHhVOGBJwliHszAHNZmVeqLLjkOoh5t2nKgZJs~S9nsXygSHevvc7S795X~ZJWku7JsIZmbzelukyPX4mYVzSiDVEalA37Uc6MRba5E5SmA3pqOOwaWZx3xZCzZwG9rkYFFaQBB~G67~HtPmA1bqDmeYRHUoCGLR1OKZqUeD3svNKN6l-hrTmUIKxRcoFQObDrW3JdfKpQ4EUAc0eNyWnETIYOo8t~tj-s8Iga~dKW0o3PLeDwxU6jccpiEy8kHPczLUgdX1Uj7NQ-MPyRWuGZ4vSm8RHoxUAGYGyKhXIXTkwGU3rgteHxAC2toR5mRZXxCd-UCo1kzBjCWO2w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Thompson, I. (abril, 2006). La mezcla de mercadotecnia. *Conozca qué es la mezcla de mercadotecnia, mix de marketing o 4p's y cuáles son las variables o herramientas que la*

conforman. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm>

Toledo, N. (s.f.). *Población y Muestra* (Archivo PDF).
<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

Vallmitjana Nuria (s.f.). La actividad emprendedora de los graduados IQS (Tesis Doctoral, Universidad Ramon Llull).
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1>

Velayos, V. (15 de junio, 2014). *Valor Actual Neto (VAN)*.
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Viniegra, S. (s.f.). *Entendiendo el plan de negocios*.
https://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=JcoXAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&q=que+es+un+plan+de+negocios&ots=3Zyifjqcos&sig=q9ElnUnRhq-PwKuZUgr0dME7YaM&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20de%20negocios&f=false

Westreicher, G. (12 de marzo, 2021). *Diseño Experimental*. <https://economipedia.com/definiciones/disenio-experimental.html>

Westreicher, G. (23 febrero, 2020). *Encuesta*.
<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

ANEXOS

Anexo N° 1: Solicitud de Patente Comercial.

 **Municipalidad de Alajuela** TRAMITE N°: _____

SOLICITUD DE LICENCIA COMERCIAL

DATOS DEL SOLICITANTE
 Nombre completo: _____
 Cédula física o jurídica _____ Celular: _____
 Dirección exacta: Distrito: _____ Otras señas: _____

Autorizo a la Municipalidad de Alajuela a notificarme a través del siguiente correo electrónico
 Correo electrónico para notificaciones: _____

DATOS DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE
 Nombre del propietario: _____
 N° Cédula (física o jurídica) _____

DATOS DEL LOCAL Y DE LA PROPIEDAD
 Dirección exacta del local: Distrito _____ Otras señas: _____

Plano catastrado: A- _____ Finca inscrita bajo folio real N° 2- _____

Se solicita patente para la actividad de: _____
Nombre de fantasía del local: _____
 N° de Resolución de Ubicación y Uso de Suelo: _____
 N° de Permiso Sanitario de Funcionamiento y/o SENASA: _____
 N° de Póliza de Riesgos del Trabajo: _____
 N° de Permiso de Construcción o Remodelación: _____


Sólo en caso de: licorera, mini súper, supermercados, restaurantes, night club, hoteles y afines, bares, salas de juegos y afines, indicar la fecha a partir de la cual se puede realizar la inspección _____


Ratificamos la información indicada. Además, en este acto el propietario del inmueble autoriza el ejercicio de la actividad comercial señalada. Así mismo, el patentado autoriza el ingreso de inspectores municipales o de otro funcionario municipal acompañado por un inspector, al local para revisar sus condiciones. En constancia de lo cual, firmamos en la ciudad de: _____ a las ____ horas del día _____ del mes _____ del año 20 ____.

Firma del solicitante



Firma del propietario del inmueble

Anexo N° 2: Solicitud de Uso de Suelo para Patente Comercial.

		TRAMITE No. _____	
		ACTIVIDAD DE CONTROL CONSTRUCTIVO	
SOLICITUD PARA RESOLUCIÓN MUNICIPAL DE UBICACIÓN Y USO DE SUELO PARA PATENTE			
Nombre del Solicitante o Representante legal:		_____	
Cédula de Identidad:	_____	Firma:	_____
<small>* Firma debe de ser idéntica a la estampada en cédula de Identidad</small>			
En caso de Razón Social			
Nombre o Razon Social	_____		
Cédula Jurídica:	_____		
DIRECCION EXACTA DEL LOCAL	_____		
Para contactarme al:			
	Teléfono	_____	
	Correo Electrónico	_____	
	Otros	_____	
USO PRETENDIDO			
Especifique: _____			

RESOLUCION DEL PERMISO DE CONSTRUCCIÓN*		CONSTRUCCION EXISTENTE <input type="checkbox"/>	
<small>*APLICA PARA CONSTRUCCIONES NUEVAS</small>			
USO EXCLUSIVO CONTROL CONSTRUCTIVO Analista: _____ Fecha: _____ <small>Declaro bajo fe de juramento que: verifico la información registral suministrada por el Solicitante, mediante la página del Registro Público de la Propiedad, www.registropublico.gub.cr.</small>		DATOS DE LA PROPIEDAD	
USO EXCLUSIVO SISC FOLIOS: _____ LAMINAS: _____		MATRICULA O NUMERO DE FINCA: 2- _____ PLANO CATASTRADO: A- _____ DISTRITO: _____	
			

Anexo N° 3: Permiso de Funcionamiento.

 FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO					
A. INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: <i>(No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra impresa o de molde libre de tachaduras)</i>					
1	MOTIVO DE PRESENTACION	2	GRUPO DE RIESGO	3	CODIGO(S) CIU:
	1 ERA VEZ		A B C		
	RENOVACION				
4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO				
	*PRINCIPAL:				
	*ACCESORIA (S):				
5	NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:				
6	PROVINCIA:	7	CANTON:	8	DISTRITO:
9	DIRECCION EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (CALLE/AVENIDA Y OTRAS SENAS ESPECIFICAS):				
10	TELEFONOS:	11	N° DE FAX:	12	APDO. POSTAL:
				13	CORREO ELECTRONICO:
14	NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:			15	N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:
16	TELEFONOS:	17	N° DE FAX:	18	APDO. POSTAL:
				19	CORREO ELECTRONICO:
20	LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:				
21	RAZON SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:			22	CESULA JURIDICA:
23	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE:			24	N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:
25	TELEFONO:	26	N° DE FAX:	27	APDO. POSTAL:
				28	CORREO ELECTRONICO:
29	LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE:				
30	N° TOTAL DE EMPLEADOS:	31	N° HOMBRES:	32	N° MUJERES:
33	HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):		34	HORARIO DE ATENCION DE USUARIOS:	
35	AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS:				
36	DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS OFERTADOS: <i>(Ver instrucciones el dorso usar hojas adicionales si es necesario)</i>				
37	GENERA RESIDUOS PELIGROSOS: () SI () NO		CANTIDAD POR MES:		
38	FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:		AUTENTICACION:		
B. LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD <i>(Deben llenarse conforme lo señala el instructivo)</i>.					
39	FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:		40 NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:		
41	SELLO		42 N° DE SOLICITUD:		
C. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD					
1. DECLARACION JURADA (Solo en caso de primera vez) () 2. COPIA DE COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS () 3. COPIA DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Solo en caso de primera vez) () 4. CERTIFICACION REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERIA JURIDICA VIGENTE (Solo en caso de primera vez) ()					
D. USO EXCLUSIVO PARA ACTIVIDADES DEL GRUPO C:					
Para las actividades del Grupo C, el presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS constituirá el Certificado de Permiso de Funcionamiento.		 PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO N° _____ FECHA: _____ TIENE VALIDEZ DE _____ AÑOS SELLO FECHA DE VENCIMIENTO: _____ NOMBRE Y FIRMA: _____ (Funcionario que recibe la solicitud)			

Anexo N° 4: Inscripción ante el Ministerio de Hacienda mediante el formulario de “Declaración de Inscripción en el Registro Único tributario”.

Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario					
I. Identificación del obligado tributario					
Número identificación *			Nombre completo *		
II. Domicilio fiscal					
Electrificadora *		Número medidor/NISE/Contrato *		Otros:	
Provincia *:		Cantón *:		Distrito *:	
Barrio:		Calle:		Avenida:	
Latitud		Longitud		Otras señas *	
III. Datos de contacto 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
Redes sociales:					
IV. Datos de la actividad económica					
Fecha inicio *		Código actividad *		Descripción de la actividad *	
Detalle descripción de la actividad económica *					
Nombre comercial			Especialidad		
Autorizaciones Especiales					
<input type="checkbox"/> Solicitad para ser autorizada para inscribir comprobantes (Bancas)					
<input type="checkbox"/> Solicitad para ser Contador de Vehículos Usados					
<input type="checkbox"/> Solicitad para ser de Proveedores Cajas Registradoras					
Dirección de la actividad económica					
Provincia *:		Cantón *:		Distrito *:	
Barrio:		Calle:		Avenida:	
Teléfono fijo *		Otras señas *			
V. Datos generales de sucursales y/o agencias					
Nombre comercial o fantasía *				Fecha inicio *	
Dirección de la sucursal y/o agencia					
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 *			
Latitud		Longitud		Correo electrónico	
VII. Información de Apoderados					
() Incluir					
Número identificación *			Apellidos y Nombre *		
Dirección del Apoderado					
Provincia *:		Cantón *:		Distrito *:	
Barrio:		Calle:		Avenida:	
Teléfono fijo *		Otras señas *			
Correo electrónico		Fecha de emisión del Poder:			
Tipo de certificación: Notario Público Digital Fecha de emisión del Poder:					
IX. Régimen tributario					
Régimen tributario *:			Cierre fiscal *:		
X. Clasificación					
Impuestos (X): Renta Ventas Agente retención / Informante Declarante					
Impuestos específicos (X):					
Productos del Tabaco		Selectivo de consumo			
Fondos de inversión		Salas de juego (casinos)			
Bebidas alcohólicas		Bebidas envasadas sin alcohol			
XII. Método de Facturación (X)					
Comprobante Preimpreso <input type="checkbox"/>					
Auto impresor <input type="checkbox"/>					
Caja Registradora <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"/>					
Regulados:					
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"/>					
Tipo de Sistema:					
i. Desarrollo Interno <input type="checkbox"/>			ii. Sistema de un Proveedor <input type="checkbox"/>		
iii. Sistema gratuito de un Proveedor <input type="checkbox"/>			iv. Sistema gratuito del Ministerio de Hacienda <input type="checkbox"/>		
XIII. Presentación. Autorización de tercero y autenticación de firma					
¿Es sujeto obligado tributario/representante legal, adscrito a _____					
Código de identificación _____ para que realice el trámite de inscripción/activación en esta Declaración O 158.					
Firma del obligado tributario o representante legal _____ Nº cédula o de documento _____					
NOTA: La firma del obligado tributario o del representante legal, deberá ser autenticada, por el sujeto o sujeto.					
Subscrito/a _____					Firma y Sello
* Campos obligatorios por completar, dependiendo la gestión.					
DE USO EXCLUSIVO PARA LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA					
Firma del Funcionario		Sello de RLDT		Fecha de Emisión:	
Nombre: Administración Tributaria Cargo: Director, Subdirector					

Se declara 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, omisión.

Muestros servicios son gratuitos

Anexo N° 5: Solicitud de inscripción patronal persona física Caja Costarricense del Seguro Social.



Caja Costarricense de Seguro Social
 Dirección XXXXXX
 Área XXXXX/ Subárea-XXXXXXXXXX
 Tels: _____

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: Si () 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.



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

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

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

Firma del patrono _____

Número de Identificación _____

Tel. Habitación _____ Número Celular _____

Dirección casa de habitación del patrono: _____

Anexo N° 6: Encuesta realizada mediante el formulario de Google Forms.

Aceptación de un nuevo negocio en el distrito de Carrizal de Alajuela. Encuesta a las mujeres de Carrizal de Alajuela

Esta encuesta tiene como fin recolectar información para el desarrollo de una tesis de investigación para el grado de licenciatura de la Universidad Hispanoamericana, en la cual se busca determinar la viabilidad de establecer un negocio de ropa de segunda mano en el distrito de Carrizal en la provincia de Alajuela.

La información que sea suministrada será tratada únicamente con fines académicos y de forma confidencial.

***Obligatorio**

1. 1. ¿Cuál es su edad? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. 18 a 20
- b. 21 a 30
- c. 31 a 40
- d. 41 o más

2. 2. Profesión u oficio *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Estudiante.
- b. Ama de casa
- c. Asalariada.
- d. Trabajadora independiente.

3. 3. ¿Compraría ropa usada de mujer, de niños y niñas, en una tienda física o de manera virtual con envíos hasta su casa? (si su respuesta es NO por favor pasar a la pregunta n° 13). *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Si
 b. No

4. 4. Para usted: ¿Cuál es el nivel de importancia de la ropa?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Muy Importante.
 b. Importante.
 c. Nada importante.

5. 5. En que se fija en el momento de comprar una prenda (puede elegir más de una opción):

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. La marca.
 b. La comodidad.
 c. La tendencia de moda.
 d. Precio.
 e. Otro.

6. 6. De las siguientes prendas de vestir para mujeres o niños (as) cuales le gustaría adquirir:

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Blusas y camisas.
 b. Pantalones y Shorts
 c. Enaguas y vestidos.
 d. Abrigos, blazer y cardigans.
 e. Todos los anteriores

7. ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesta a pagar por estas prendas usadas? (puede elegir más de una opción):

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Entre €500 y €200.
- b. Entre €2,500 y €3,500.
- c. Entre €4000 y €6000.
- d. Entre €6,500 y €10,000.
- e. Más de €10,000.

8. ¿Qué le motiva a comprar ropa usada?

Marca solo un óvalo.

- La exclusividad.
- El menor precio.
- El beneficio ambiental.
- Otro.

9. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las prendas?

Marca solo un óvalo.

- a. SMS (Mensaje al teléfono).
- b. Email (Correo Electrónico)
- c. WhatsApp.
- d. Redes sociales (Facebook e Instagram).

10. 10. ¿Con que frecuencia compra ropa usada?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Una vez al mes.
- b. Una vez al año.
- c. A menudo
- d. Raramente
- e. Nunca he comprado

11. 11. ¿Conoce alguna tienda en Carrizal de Alajuela que vendan ropa de segunda mano para mujeres y niños?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Si.
- b. No.

12. 12. ¿Qué tan probable es que recomiendes la compra de ropa de segunda mano a alguna amiga, conocida o familiar?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- a. Muy probable.
- b. Algo probable.
- c. No tan probable.

13. 13. ¿Por qué no le gustaría comprar ropa usada? (Esta pregunta es únicamente para las personas que respondieron que NO comprarían ropa usada). Puede elegir más de una opción.

Marca solo un óvalo.

- a. Soy fan de la ropa nueva
- b. Me desagrada la ropa usada. (Higiene).
- c. Siempre se me complica encontrar algo.

Anexo N° 7: Declaración Jurada.**DECLARACIÓN JURADA**

Yo Carol Tatiana Gómez Jiménez, cédula de identidad número __2-0638-0311, en condición de egresado de la carrera de Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación, para optar por el título de licenciatura titulado "PODER ESTABLECER LA VIABILIDAD OPERATIVA Y FINANCIERA PARA ESTABLECER UN EMPRENDIMIENTO PARA LA VENTA DE ROPA DE SEGUNDA MANO IMPORTADA EN CARRIZAL DE ALAJUELA DIRIGIDA A MUJERES ENTRE 18 Y 40 AÑOS, A ABRIL DEL 2021" es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las leyes penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en el Diario Oficial La Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; especialmente el numeral 70 de dicha Ley en el que se establece: "Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original". Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de Heredia el día 02 de septiembre del 2020.



Carol Tatiana Gómez Jiménez

Anexo N° 8: Carta del Tutor.

CARTA DE TUTOR

Heredia, 2 de septiembre de 2021

Servicios estudiantés
Universidad Hispanoamérica
Presente

Estimados señores

La estudiante **Carol Gómez Jiménez**, cédula de identidad número **206380311**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Poder establecer la viabilidad operativa y financiera para establecer un emprendimiento para la venta de ropa de segunda mano importada en Carrizal de Alajuela dirigida a mujeres entre 18 y 40 años, a abril del 2021.”**, el cual ha elaborado para optar por el grado Licenciatura en Administración de Empresas, con énfasis en Banca y Finanzas.

En mi calidad de tutora, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

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

	Factor a valor	Puntaje Obtenido	
a-	Originalidad del tema	10%	10%
b-	Cumplimiento entrega de avances	20%	20%
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 y detalles del Marco Teórico	20%	20%
Total		100%	100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

IVANNIA GABRIELA
VIQUEZ BARRANTES
(FIRMA)

Firmado digitalmente por IVANNIA
GABRIELA VIQUEZ BARRANTES
(FIRMA)
Fecha: 2021.09.02 14:37:17 -06'00'

MBA. Ivannia G. Viquez Barrantes

Cédula de identidad 0109510636

Número carné Colegion Profesional, CPCECR # 022466.

Anexo N° 9: Carta del Lector.**CARTA DE LECTOR****5 de octubre de 2021****Señores
Servicios Estudiantiles
Universidad Hispanoamericana****Estimado señor**

La estudiante **Carol Gómez Jiménez**, cédula de identidad **0206380311** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Poder establecer la viabilidad operativa y financiera para establecer un emprendimiento para la venta de ropa de segunda mano importada en Carrizal de Alajuela dirigida a mujeres entre 18 y 40 años, a abril del 2021”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas**.

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.

Atentamente,

**LUIS ALBERTO
VARGAS ZUÑIGA
(FIRMA)**

Firmado digitalmente por LUIS
ALBERTO VARGAS ZUÑIGA
(FIRMA)
Fecha: 2021.10.12 19:55:29 -06'00'

Lic. Luis Vargas Zúñiga.

Cédula de identidad 0107090057

Número camé Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

Anexo N° 10: Carta de autorización de los autores para la consulta pública.

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA,
LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN**

San José, 14 de Octubre de 2021.

Señoras y señores
Centro de Información Tecnológico (CENTIT)
Universidad Hispanoamericana

Estimadas personas:

La suscrita, **Carol Tatiana Gómez Jiménez**, con número de identificación 2-0638-0311, autor(a) del trabajo de graduación titulado "PODER ESTABLECER LA VIABILIDAD OPERATIVA Y FINANCIERA PARA ESTABLECER UN EMPRENDIMIENTO PARA LA VENTA DE ROPA DE SEGUNDA MANO IMPORTADA EN CARRIZAL DE ALAJUELA DIRIGIDA A MUJERES ENTRE 18 Y 40 AÑOS, A ABRIL DEL 2021", presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios, con Énfasis en Banca y Finanzas; SI autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENTIT) 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, anexo los términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional.

Cordialmente,



Firma
Carol Gómez Jiménez