

Licencia De Distribución No Exclusiva (carta de la persona autora para uso didáctico)

Universidad Latina de Costa Rica

Yo (Nosotros): Lyn Sue Jiménez Amey

De la Carrera / Programa: Ingeniería Industrial

Modalidad de TFG: Proyecto

Titulado: Metodología para la confección y comercialización de una línea de vestidos de baño

Al firmar y enviar esta licencia, usted, el autor (es) y/o propietario (en adelante el "AUTOR"), declara lo siguiente: **PRIMERO:** Ser titular de todos los derechos patrimoniales de autor, o contar con todas las autorizaciones pertinentes de los titulares de los derechos patrimoniales de autor, en su caso, necesarias para la cesión del trabajo original del presente TFG (en adelante la "OBRA"). **SEGUNDO:** El AUTOR autoriza y cede a favor de la UNIVERSIDAD U LATINA S.R.L. con cédula jurídica número 3-102-177510 (en adelante la "UNIVERSIDAD"), quien adquiere la totalidad de los derechos patrimoniales de la OBRA necesarios para usar y reusar, publicar y republicar y modificar o alterar la OBRA con el propósito de divulgar de manera digital, de forma perpetua en la comunidad universitaria. **TERCERO:** El AUTOR acepta que la cesión se realiza a título gratuito, por lo que la UNIVERSIDAD no deberá abonar al autor retribución económica y/o patrimonial de ninguna especie. **CUARTO:** El AUTOR garantiza la originalidad de la OBRA, así como el hecho de que goza de la libre disponibilidad de los derechos que cede. En caso de impugnación de los derechos autorales o reclamaciones instadas por terceros relacionadas con el contenido o la autoría de la OBRA, la responsabilidad que pudiera derivarse será exclusivamente de cargo del AUTOR y este garantiza mantener indemne a la UNIVERSIDAD ante cualquier reclamo de algún tercero. **QUINTO:** El AUTOR se compromete a guardar confidencialidad sobre los alcances de la presente cesión, incluyendo todos aquellos temas que sean de orden meramente institucional o de organización interna de la UNIVERSIDAD **SEXTO:** La presente autorización y cesión se regirá por las leyes de la República de Costa Rica. Todas las controversias, diferencias, disputas o reclamos que pudieran derivarse de la presente cesión y la materia a la que este se refiere, su ejecución, incumplimiento, liquidación, interpretación o validez, se resolverán por medio de los Tribunales de Justicia de la República de Costa Rica, a cuyas normas se someten el AUTOR y la UNIVERSIDAD, en forma voluntaria e incondicional. **SÉPTIMO:** El AUTOR acepta que la UNIVERSIDAD, no se hace responsable del uso, reproducciones, venta y distribuciones de todo tipo de fotografías, audios, imágenes, grabaciones, o cualquier otro tipo de

presentación relacionado con la **OBRA**, y el **AUTOR**, está consciente de que no recibirá ningún tipo de compensación económica por parte de la **UNIVERSIDAD**, por lo que el **AUTOR** haya realizado antes de la firma de la presente autorización y cesión. **OCTAVO:** El **AUTOR** concede a **UNIVERSIDAD.**, el derecho no exclusivo de reproducción, traducción y/o distribuir su envío (incluyendo el resumen) en todo el mundo en formato impreso y electrónico y en cualquier medio, incluyendo, pero no limitado a audio o video. El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD.** puede, sin cambiar el contenido, traducir la **OBRA** a cualquier lenguaje, medio o formato con fines de conservación. **NOVENO:** El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD** puede conservar más de una copia de este envío de la **OBRA** por fines de seguridad, respaldo y preservación. El **AUTOR** declara que el envío de la **OBRA** es su trabajo original y que tiene el derecho a otorgar los derechos contenidos en esta licencia. **DÉCIMO:** El **AUTOR** manifiesta que la **OBRA** y/o trabajo original no infringe derechos de autor de cualquier persona. Si el envío de la **OBRA** contiene material que no posee los derechos de autor, el **AUTOR** declara que ha obtenido el permiso irrestricto del propietario de los derechos de autor para otorgar a **UNIVERSIDAD** los derechos requeridos por esta licencia, y que dicho material de propiedad de terceros está claramente identificado y reconocido dentro del texto o contenido de la presentación. Asimismo, el **AUTOR** autoriza a que en caso de que no sea posible, en algunos casos la **UNIVERSIDAD** utiliza la **OBRA** sin incluir algunos o todos los derechos morales de autor de esta. **SI AL ENVÍO DE LA OBRA SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA U ORGANIZACIÓN QUE NO SEA UNIVERSIDAD U LATINA, S.R.L., EL AUTOR DECLARA QUE HA CUMPLIDO CUALQUIER DERECHO DE REVISIÓN U OTRAS OBLIGACIONES REQUERIDAS POR DICHO CONTRATO O ACUERDO.** La presente autorización se extiende el día 20 de Septiembre de 2021 a las 20:00

Firma del estudiante(s):



Declaración Jurada

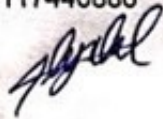
La suscrita, Lyn Sue Jiménez Amey, con cédula de identidad número 117440886, declaro bajo fe de juramento conocer las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: Que soy la autora del emprendimiento con nombre Shamey's; y que el contenido de dicha obra es original de la suscrita.

Atentamente,

Lyn Sue Jiménez

Cédula: 117440886

Firma:





Universidad Latina de Costa Rica

Facultad de Ingenierías y TICS

Escuela de Ingeniería Industrial

Proyecto de Graduación

Metodología para la confección y comercialización de una línea de vestidos de baño

Estudiante:

Lyn Sue Jiménez Amey (20170110843)

Tutor:

Javier Chacón Hernández

Año:

2021

Declaración

La suscrita, Lyn Sue Jiménez Amey, con cédula de identidad número 117440886, declaro bajo fe de juramento conocer las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: Que soy la autora del emprendimiento con nombre Shamey's, y que el contenido de dicha obra es original de la suscrita.

Atentamente,

Lyn Sue Jiménez Amey

Cédula: 1-1744-0886

Agradecimiento

El presente proyecto de graduación ha requerido de mucho esfuerzo, constancia y dedicación; y muchas personas han formado parte de este proceso, por lo que sin el trabajo en conjunto se hubiese dificultado el camino.

Primeramente, quiero agradecerle a Dios porque siempre fue mi guía, me mantuvo firme en todo el trayecto y por no dejarme flaquear en el proceso. También quiero agradecer a la Universidad Latina por prepararme en mis estudios y permitirme obtener el título de Ingeniera Industrial. Quiero agradecer a los coordinadores académicos que estuvieron durante la carrera en el tiempo que cursé mis materias.

Al tutor Javier Chacón por guiarme en el proceso del presente proyecto de graduación, por su apoyo durante esta travesía y por el conocimiento brindado.

A mi familia, que desde el día uno estuvo presente y apoyándome cuando comencé la carrera, en especial mi mamá y mi papá, que siempre estuvieron ahí alentándome y soñando mí mismo sueño.

Finalmente quiero agradecer a todos y a cada una de las personas que en algún momento fueron parte de mi formación; amigos, familia, profesores y tutores.

Dedicatoria

Mi tesis la dedico con mucho amor a mi mamá y a mi papá, que me dieron la oportunidad de forjar una carrera profesional y por brindarme su apoyo y cariño en este camino llamado vida.

Mi agradecimiento, también a la institución y a sus miembros por formarme profesionalmente y por brindarme las bases necesarias para enfrentar la vida en el ámbito laboral.

Epígrafe

“Para poder triunfar, tu deseo de tener éxito debe ser mayor que tu miedo a fracasar”

(Bill Cosby)

“Estoy convencido de que aproximadamente la mitad de lo que separa a los emprendedores de éxito de los que no tienen éxito es la perseverancia”.

(Steve Jobs)

“El requisito del éxito es la prontitud en las decisiones”.

(Francis Bacon)

Resumen

El propósito del presente proyecto es desarrollar una metodología amplia que permita entender y ayudar a poner en marcha un emprendimiento de una línea de trajes de baño, la cual se ha venido analizando durante los últimos años, esto para generar una fuente de ingresos propia y lograr una colocación en el mercado.

El proyecto contará con el análisis de varias partes, las cuales son necesarias analizar a detalle para definir muy bien la operación de este emprendimiento. Se estudiará el producto en sí, definiendo sus características, ya que como es una prenda que se pretende confeccionar propiamente primero se deberán determinar todas sus especificaciones. Luego se procederá al estudio del proceso, para contemplar su eficiencia y el promedio de todas las partes de su elaboración. También se estudiará las partes externas que influyen en un negocio, como la competencia, la legislación, proveedores, etc.

En fin, el siguiente proyecto de graduación permitirá crear la base para que se pueda desarrollar el emprendimiento, consolidando todas las partes, procesos e imagen del negocio para garantizar el éxito del mismo.

Palabras Claves: Emprendimiento, Procesos, Imagen, Pronósticos y Especificaciones.

Abstract

The purpose of this project is to develop a broad methodology that allows us to understand and help start an undertaking of a line of swimwear, which has been analyzed in recent years, this to generate its own source of income and achieve a placement on the market.

The project will have the analysis of several parts, which are necessary to analyze a detail to define very well the operation of this undertaking. The product itself will be studied, defining its characteristics, since as it is a garment that is intended to be made properly, all its specifications must first be determined. Then we will proceed to study the process, to consider its efficiency and the average of all parts of its production. The external parties that influence a business will also be studied, such as competition, legislation, suppliers, etc.

In short, the following graduation project will create the basis for the development of entrepreneurship, consolidating all the parts, processes and image of the business to guarantee its success.

Key words: Processes, Image, Forecasts, Specifications and Entrepreneurship.

Índice General

| | |
|---|-----------|
| Declaración..... | 2 |
| Agradecimiento..... | 3 |
| Resumen | 6 |
| Abstract | 7 |
| CAPÍTULO I: | 16 |
| GENERALIDADES DEL PROYECTO | 16 |
| 1.1. Introducción..... | 17 |
| 1.2. Antecedentes del problema de estudio..... | 19 |
| 1.3. Justificación de la investigación. | 20 |
| 1.4. Planteamiento del problema..... | 21 |
| 1.5. Objetivo General. | 22 |
| 1.6. Objetivos Específicos..... | 22 |
| 1.7. Delimitación, Alcance o Cobertura..... | 22 |
| CAPÍTULO II:..... | 24 |
| MARCO CONTEXTUAL Y TEÓRICO..... | 24 |
| 2.1. Marco situacional | 25 |
| 2.2. Base Teórica y Técnica de Análisis. | 26 |
| 2.2.1 Costura | 26 |
| 2.2.2 Patrón | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.3 Industria textil | 28 |
| 2.2.4 Estacionalidad..... | 29 |
| 2.2.5 Comercialización | 29 |
| 2.2.6 Emprendimiento | 30 |
| 2.2.7 Estudio de mercado | 30 |
| 2.2.8 Simulación | 31 |
| 2.2.9 Indicadores | 31 |
| 2.2.10 Balanced Scorecard o Cuadro de mando integral..... | 32 |
| 2.2.11 Net Promoter Score (NPS) | 32 |
| 2.2.12 Análisis de normalidad..... | 33 |
| 2.2.13 Población finita | 33 |
| 2.2.14 Muestra..... | 34 |
| 2.2.15 Diagrama de flujo | 35 |
| 2.2.16 Cadena de suministro | 35 |
| 2.2.17 Valor actual neto (VAN) | 36 |
| 2.2.18 TIR | 36 |
| 2.2.19 Valor de rescate | 37 |
| 2.2.20 Depreciación..... | 38 |
| 2.2.21 Capital de trabajo..... | 38 |
| 2.2.22 Costos fijos | 39 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.23 Costos variables | 39 |
| 2.2.24 Inversión inicial | 40 |
| 2.2.25 Flujo de caja | 40 |
| 2.2.26 Pasivo | 41 |
| 2.2.27 Activo | 41 |
| 2.2.28 Amortización | 42 |
| 2.2.29 Sistema Push | 42 |
| CAPÍTULO III: | 43 |
| DIAGNÓSTICO Y ESTADO ACTUAL | 43 |
| 3.1 Estudio de mercado | 44 |
| 3.1.1 Producto | 44 |
| 3.1.2 Encuesta..... | 44 |
| 3.1.4 Precio | 57 |
| 3.1.5 Oferta..... | 59 |
| 3.1.6 Demanda..... | 60 |
| 3.2 Estudio Legal | 65 |
| 3.2.1 Tipo de Entidad | 65 |
| 3.2.2 Inscripción como contribuyente..... | 66 |
| 3.2.3 Inscripción en C.C.S.S..... | 68 |
| 3.2.4 Póliza de riesgos | 68 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.5 Certificado uso de suelos | 69 |
| 3.2.6 Permiso sanitario de funcionamiento | 69 |
| 3.2.7 Patente municipal | 70 |
| 3.2.8 Registro de la marca..... | 70 |
| CAPÍTULO IV: | 72 |
| PROPUESTA | 72 |
| 4.1 Estudio organizacional | 73 |
| 4.2 Estudio técnico | 75 |
| 4.2.1 Localización..... | 75 |
| 4.2.2 Macrolocalización | 76 |
| 4.2.3 Microlocalización..... | 76 |
| 4.2.4 Definición de máquinas y equipos..... | 76 |
| 4.2.5 Distribución de planta | 78 |
| 4.2.6 Materia Prima e insumos | 80 |
| 4.2.7 Diseño del producto | 83 |
| 4.2.8 Logo de la marca | 86 |
| 4.2.9 Identificación y descripción del proceso | 87 |
| 4.2.10 Cadena de suministro | 90 |
| 4.3 Estudio financiero | 93 |
| 4.3.1 Amortización..... | 93 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.2 Análisis de sensibilidad y riesgo | 96 |
| 4.4 Indicadores | 103 |
| 4.4.1 Cuadro de mando integral | 103 |
| 4.4.2 Net promoter score (NPS) | 105 |
| CAPÍTULO V: | 108 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 108 |
| Conclusiones..... | 109 |
| Recomendaciones..... | 111 |
| Bibliografía..... | 112 |
| Anexos..... | 115 |
| Anexo 1. Máquina de coser plana industrial..... | 115 |
| Anexo 2. Máquina de coser Overlock industrial Jack | 115 |
| Anexo 3. Máquina de coser Overlock industrial Jack | 116 |
| Anexo 4. Hilo nylon | 116 |
| Anexo 5. Hilo poliéster formato bobina..... | 117 |
| Anexo 6. Hilo poliéster en forma de cono..... | 117 |
| Anexo 7. Encuesta..... | 118 |
| Anexo 8. Patrón de pieza superior triangular y tanga normal..... | 121 |
| Anexo 9. Patrón de pieza inferior tanga de tiro alto | 122 |
| Anexo 10. Bolsa Papel kraft..... | 122 |

| | |
|---|------------|
| Anexo 11. Porcentajes de impuesto de la renta..... | 123 |
| Anexo 12. Etiquetas 1.2 cm x 6 cm..... | 123 |
| Anexo 13. Filtro..... | 124 |

Índice de Figuras

| | |
|-----------------------|-----------|
| Figura 1..... | 34 |
| Figura 2..... | 45 |
| Figura 3..... | 46 |
| Figura 4..... | 47 |
| Figura 5..... | 48 |
| Figura 6..... | 49 |
| Figura 7..... | 50 |
| Figura 8..... | 51 |
| Figura 9..... | 52 |
| Figura 10..... | 53 |
| Figura 11..... | 54 |
| Figura 12..... | 54 |
| Figura 13..... | 61 |
| Figura 14..... | 62 |
| Figura 15..... | 63 |

| | |
|-----------------------|------------|
| Figura 16..... | 74 |
| Figura 17..... | 79 |
| Figura 18..... | 84 |
| Figura 19..... | 84 |
| Figura 20..... | 85 |
| Figura 21..... | 85 |
| Figura 22..... | 86 |
| Figura 23..... | 88 |
| Figura 24..... | 89 |
| Figura 25..... | 91 |
| Figura 26..... | 106 |

Índice de tablas

| | |
|----------------------|-----------|
| Tabla 1 | 58 |
| Tabla 2 | 58 |
| Tabla 3 | 60 |
| Tabla 4 | 64 |
| Tabla 5 | 64 |
| Tabla 6 | 87 |
| Tabla 7 | 92 |
| Tabla 8 | 94 |

| | |
|-----------------------|------------|
| Tabla 9 | 95 |
| Tabla 10 | 97 |
| Tabla 11 | 98 |
| Tabla 12 | 99 |
| Tabla 13 | 100 |
| Tabla 14 | 101 |
| Tabla 15 | 101 |
| Tabla 16 | 102 |
| Tabla 18 | 104 |

CAPÍTULO I:
GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. Introducción.

Los emprendimientos hoy en día es algo que ha ido tomado mucha fuerza en el mundo. Las personas buscan la forma de generar una fuente extra de dinero y generar un poco más de dependencia y libertad económica. Se ha ido fortaleciendo de manera significativa en los últimos años, y esto en gran parte se debe a la crisis económica mundial que se viven en estos tiempos, debido a la pandemia que nadie se esperaba. Los ciudadanos buscan la forma de pagar sus deudas, de generar extras y como muchos otros empezar su propio negocio, en muchos casos debido al tiempo libre y sin ingresos que se vieron obligados a tomar.

Parte de estas razones influyó para que se tomara la decisión de implementar una metodología para desarrollar un emprendimiento de línea de trajes de baño. Aun viniendo la idea hace bastante tiempo, tomó fuerza en los últimos años. Siempre se ha sabido que los trajes de baño están presentes en la vida de las personas, principalmente en el segmento de mercado chicas, las cuales suelen gustarles y ser fans de la ropa y de este tipo de prenda. Además, se considera un potencial emprendimiento ya que esta línea de productos suelen adquirirlo durante todo el año, donde no discrimina épocas.

En el presente proyecto se elaborará la base del emprendimiento para ponerlo en marcha formalmente una vez esté consolidado en todas sus partes. Primeramente, se definirán las características del producto, así como su tela, el tipo de ella, las medidas de la misma y su cantidad. Luego se procederá a realizar un estudio del proceso de elaboración, en el cual se determinarán las tareas y también documentación de las mismas. No se puede dejar de lado los indicadores, la competencia y los pronósticos del mercado,

a los cuales se les hará un estudio utilizando herramientas que permitirán pronosticar como se moverá y comportará el emprendimiento en el mercado una vez establecido.

Dentro del desarrollo de este proyecto también se tomarán en cuenta los recursos físicos, materiales y financieros que se necesitan analizar y determinar para desarrollar esta idea. Se estudiará que tipo de equipo o maquinaria es el mejor para efectuar las tareas, se determinará qué espacio es el más adecuado para abarcar todo lo que es producto terminado, inmobiliario, equipo, entre otros detalles. Cabe mencionar que el marco legal es una parte en la que se debe indagar al querer desarrollar un emprendimiento, puesto que hay regulaciones dentro del país a las cuales se está sujeto y en ocasiones obligatoriamente; y esta sección estará presente dentro del proyecto.

También una parte muy importante, es que se realizará un análisis financiero el cual permitirá pronosticar la viabilidad del proyecto y su inversión. En la última parte del desarrollo se le creará una imagen al emprendimiento, así como ideas de publicidad que mejor se ajuste y llame la atención de los potenciales clientes.

Una vez concluido el planteo de la metodología se procederá con el proyecto analizado a detalle todos los resultados, análisis e información obtenida a través de este proceso de estudio, estableciendo sus respectivas conclusiones.

1.2. Antecedentes del problema de estudio.

La confección de vestidos de baño, específicamente por parte de la diseñadora Shakira, se ha desarrollado durante los últimos 10 años, supliendo solicitudes personalizadas, espontáneamente, de esta línea de ropa por parte de amistades o familiares cercanos que han recurrido a esta persona como un favor especial para confeccionarles las prendas.

La ropa es un producto que, por lo general, se mueve constantemente dentro del mercado, y la ropa de baño (vestidos de baño) no son la excepción. Se ha determinado que el nivel de ventas de este tipo de prenda prevalece a lo largo del año, sin importar el mes, o una estación en particular. Por lo general las chicas, son *fans* de los trajes de baño y los compran durante todo el año.

Según estadísticas de Correos de Costa Rica, publicadas por esta institución en el año 2019, los artículos de mayor preferencia entre los costarricenses (compras diarias por internet a nivel local) incluyen:

- Accesorios para carro, computadoras y teléfonos celulares: 34%,
- Ropa (todo tipo): 21%
- Joyería y bisutería: 19%
- Artículos electrónicos: 9%

Con base en esta información, se puede determinar que, dentro del país, independientemente de la categoría, estos productos están entre los primeros lugares de consumo.

Por otra parte, en el caso específico de los trajes de baño Shamey's, el mayor porcentaje de ventas se registra en la zona de Alajuela, pues los conocidos que han hecho los encargos residen en esta zona. La retroalimentación que se ha obtenido por parte de estos clientes en su momento ha sido buena, y entre sus comentarios están; la alta calidad de la prenda para estirarse y ajustarse al cuerpo, la comodidad de la tela puesto que no irrita la piel, la duración del buen estado en términos de no estirarse o generar las pelusas.

No obstante, el emprendimiento no se ha desarrollado de una manera industrial, por lo cual que en atención del interés familiar y por oportunidades de negocio actuales se hace necesario desarrollar un esquema que permita poner en operación un emprendimiento de trajes de baño.

Por este motivo, aunado a las estadísticas generales de consumo y distribución, se hace necesario desarrollar un proceso metodológico estricto, que parta de la confección de prendas de altos estándares de calidad, hasta la comercialización de estos. Las ideas se han tenido, a lo interno de la empresa, sin embargo, no se ha desarrollado un proceso estructurado, apoyado en los sistemas de gestión (desarrollo, diseño, producción, logística) adecuados, para garantizar el éxito.

1.3. Justificación de la investigación.

Como se desprende de lo anterior, la necesidad del presente proyecto surge como una idea e iniciativa de tomar un potencial y explotarlo para generar ganancias. En la familia, el diseño de modas y confección de prendas, desde simples atuendos hasta de alta costura siempre ha prevalecido, lo cual en el último año se pensó en poner en marcha el proyecto de dicho emprendimiento en un futuro a corto plazo, pero para ello se necesita

hacer un estudio detallado de cómo se mueve y funciona este tipo emprendimientos en el mercado, de la misma forma analizar la parte interna para lograr una colocación exitosa dentro de este.

Dentro del proyecto se desarrollará la metodología tomando en cuenta los procesos de confección y demostración de estos, los recursos que se utilizarán como materiales, maquinaria, etc. También el espacio físico se analizará desde un punto de vista que se pueda adecuar un lugar de trabajo, la parte administrativa; haciendo referencia a colaboradores y las inversiones de capital.

1.4. Planteamiento del problema.

Ejercer una metodología conlleva a lograr un mejor rendimiento, productividad, eficiencia y éxito en un proyecto. Es por ello que se ha tomado como la base de todo para la puesta en operación de un emprendimiento basado en la confección y venta de vestidos de baño.

Se dice un todo porque abarca muchos ámbitos dentro de su proceso, los cuáles son esenciales para ejercer el proyecto. Sin una metodología sería una simple idea de un proyecto sin preparación alguna con posibilidades altas de fracaso por no seguir un lineamiento en el cual no se conoce el terreno al que se desea y planea llegar.

Tomando en cuenta lo anterior, se sabe que se debe plantear una metodología completa para el emprendimiento de una línea de trajes de baño propuesto. Se comenzará desde cero con toda la información que conlleva este proceso, recopilando lo esencial para conocer cómo se mueve dentro del mercado y dentro de la clave al éxito.

A partir del planteamiento anterior, para lograr la solución del mismo problema se contemplará la siguiente pregunta:

¿Cómo se debe gestionar la puesta en operación de un emprendimiento basado en la confección y venta de vestidos de baño?

1.5. Objetivo General.

- Desarrollar una metodología para la puesta en operación de un emprendimiento de confección y venta de trajes de baño.

1.6. Objetivos Específicos.

- Determinar las características y especificaciones, del producto, del proceso y del mercado, para la elaboración de la línea de trajes de baño.
- Identificar los requerimientos materiales físicos, legales y financieros para el emprendimiento.
- Definir el proceso de producción, mediante los esquemas de estandarización de procesos, para la línea de ropa.
- Establecer el mecanismo de control óptimo, mediante los indicadores de gestión adecuados, para la puesta en operación del emprendimiento

1.7. Delimitación, Alcance o Cobertura.

El proyecto tiene como finalidad analizar la metodología del mismo, el cual cuenta con la ayuda de una persona con la experiencia y conocimiento en materia de confección de prendas y principalmente en trajes de baño la cual será de mucha ayuda para la guía del producto y sus características en sí. También se cuenta con la disponibilidad de la

misma para ejercer simulaciones físicas de lo que ofrecerá y venderá el emprendimiento, permitiendo así facilitar los análisis de los procesos.

Cabe destacar que también gracias a la tecnología y al alcance que provee el internet, permitirá recopilar información de ciertas partes del proyecto de manera más rápida y eficiente vía online, ahorrando tiempos en desplazamiento hacia las entidades para consultar su información.

1.8. Restricciones y/o Limitaciones.

El COVID-19 ha repercutido en la obtención de la información por parte las compañías, ya que algunas no han laborado con normalidad, lo cual restringe un poco el acceso para obtener la información deseada.

Otra limitación, es que al ser un emprendimiento no se cuenta con algunos datos históricos necesarios para los análisis; sobre todo financieros, como es el caso de una empresa ya constituida la cual no tiene problema alguno para hacer sus pronósticos debidamente con confiabilidad.

CAPÍTULO II:
MARCO CONTEXTUAL Y TEÓRICO

2.1. Marco situacional

El mundo se mueve por el consumismo, y la ropa suele encontrarse dentro de este concepto. Por lo general a las personas les gusta seguir tendencias o modas constantemente, por lo que cada vez que sale algo nuevo quieren y sienten el deseo de adquirirlo; de igual forma no tomando en cuenta las tendencias, algunos simplemente les gusta seguir su propia moda, pero de la misma manera caracterizándose por ser fans de la adquisición de prendas.

La confección de prendas es algo que se caracteriza por ser único, ¿por qué?; bueno por lo general muchas empresas en su mayoría cuando su negocio se basa en los textiles; en términos de ropa, suelen adquirir la prenda ya confeccionada por parte de un proveedor, y este suele explotar su habilidad y conocimiento para convertirse en una empresa también. Este proveedor y comercializador lleva altas posibilidades de ventaja en términos de viabilidad, sobre otros que solo comercializan.

Se deben tomar varios factores en cuenta, los cuales son importantes para satisfacer las necesidades del cliente, por ejemplo, la tela, es una parte determinante cuando se elabora una prenda, debe ser de alta calidad y cómoda para que el que la adquiera quede contento y a la orden para adquirir más productos. También las costuras y su acabado hablan mucho de la calidad, si quedan hilos deshilachados o líneas torcidas; dejan mucho que decir sobre cuan detallista se es, siendo esto muy importante en términos de confección.

El desarrollo de una metodología para la confección y comercialización de trajes de baño es importante para poner en marcha de la manera correcta un emprendimiento,

eso efficientiza y eleva el nivel de éxito del mismo. La aplicación de la ingeniería industrial en este tipo de proyectos es de gran ayuda para guiar todos y cada uno de los procesos que conlleva la elaboración de prendas, pues permite analizar el todo de la metodología de una manera técnica y con argumentos acertados.

2.2. Base Teórica y Técnica de Análisis.

Con el fin de brindar una idea más clara del proyecto, en esta sección se explican los conceptos básicos necesarios para un adecuado entendimiento del desarrollo de este. La base teórica contiene todos los conceptos primordiales que abarcarán el planteamiento del proyecto, entre ellos, definiciones para el producto, el proceso, el estudio de mercado, financiero, y lo que conlleva la implementación del mismo.

2.2.1 Costura

Para obtener como resultado cualquier tipo de ropa, por lo general la costura es el proceso que se lleva a cabo para la elaboración de la misma

De acuerdo con Bembibre (2010), se entiende por costura a aquella actividad o proceso mediante el cual se unen telas y tejidos a través de hilos.

Shamey's planea desarrollar su emprendimiento confeccionando trajes de baño a través de la costura, marcando la diferencia dentro del mercado al volverse una empresa que produce al 100% lo que vende.

2.2.2 Patrón

Para confeccionar una prenda se debe contar con un material de referencia que guíe al diseñador con las dimensiones de cada pieza del producto.

Un patrón según Azuaje (2015), es una plantilla hecha en papel o cartulina que se utiliza para transferir un diseño determinado a la tela elegida, para luego coser y finalmente obtener una pieza.

Existen dos tipos de patronaje de acuerdo con Páez (2019):

Patronaje industrial: se trabaja con un cuadro de tallas, y los diseños se escalan a cada talla. Este cuadro de tallas está hecho según el perfil de cliente de la empresa y según un estudio antropométrico del mismo. Se asignan medidas estándar para cada talla. Es ideal que cada empresa tenga su propio cuadro de tallas. Las prendas se ajustarán a varias personas, así no tengan exactamente las mismas medidas. Se aconseja para producción en escala, ya que es fácil de escalar.

Patronaje sobre medidas: se trabaja directamente con las medidas del cliente, por lo tanto, la prenda estará totalmente ajustada ella. Se recomienda cuando se quiere que haya mucha precisión en el ajuste de la prenda y cuando tenemos al cliente o modelo cerca para ir probando.

Existen también distintas metodologías para crear los respectivos moldes de los patrones, entre los más usados según Páez (2019), se encuentran:

Patronaje en plano: En este tipo de patronaje se realizan los moldes en papel sobre la mesa. Se utilizan medidas, reglas, cinta métrica, lápiz, papel y tijeras. A partir de cálculos matemáticos se irá desarrollando el molde, como dibujando sobre el papel.

Patronaje sobre maniquí: Esta técnica también se denomina Drapeado, Moulage Drapping y consiste en desarrollar los moldes directamente sobre el maniquí o sobre el cliente usando la tela, alfileres y tijeras. Es el método que generalmente se usa en la alta costura, y resulta ser muy preciso.

Tener en cuenta toda la información con respecto a los patrones permite a Shamey's determinar cuál de los tipos y métodos son los adecuados específicamente para utilizarlos en la elaboración de traje de baño.

2.2.3 Industria textil

En el país la industria textil es una de las que más se mueve en el mercado, esto debido a que las personas les gusta las tendencias y estar dentro de ellas.

De acuerdo con Westreicher (2020), “la industria textil es la actividad económica dedicada a la manufactura de hilos, fibras, telas y otros materiales para obtener productos derivados como la ropa”.

La industria textil se caracteriza por ser una potencial fuente de negocio; no es un secreto que todos los seres humanos invierten en ropa constantemente, por esto se llega a la idea de adentrarse en este mercado para comercializar productos de esta índole, específicamente en el sector de trajes de baño.

2.2.4 Estacionalidad

Cuando se va a comercializar ropa por lo general una empresa tendrá temporadas altas y bajas, dependiendo de la época del año.

De acuerdo con la guía de Sevilla (2020), la estacionalidad es “la variación periódica y predecible del comportamiento de compra que experimentan los consumidores cada cierto período de tiempo, normalmente en períodos iguales o menores a un año, sobre un producto o servicio.

El presente proyecto está basado en la industria textil de vestidos de baño, lo cual la época del año influirá mucho en las compras. Las temporadas altas usualmente para este tipo de prendas son en verano cuando las personas tienden ir a las playas, ríos, etc; y las bajas en invierno puesto que los clientes buscan ropa abrigada por las condiciones del tiempo.

2.2.5 Comercialización

Cuando se desea distribuir un producto, se pone a la venta utilizando estrategias propias del negocio para llegar al cliente.

Caurin (2018), afirma:

La comercialización de un producto o servicio se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final.

Para el emprendimiento que se desea desarrollar se deben analizar las mejores alternativas para comercializar la prenda, de manera que se realizarán estudios para determinar los factores que influyen en la comercialización.

2.2.6 Emprendimiento

Hoy en día las muchos han perdido el miedo de iniciar algo nuevo y salirse de su zona de confort, para generar ganancias siendo su propio jefe.

Según Ferreira (2021), “el emprendimiento es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias”.

La base del presente proyecto nace con el fin de desarrollar un emprendimiento que genere una entrada extra de dinero a partir de los conocimientos en materia de este sector textil.

2.2.7 Estudio de mercado

Cuando se desea desarrollar algún producto o servicio se debe estudiar el mercado, para tener una idea a lo que se estará adentrando la empresa; y de igual forma conocer a dónde y a quiénes estará dirigido.

De acuerdo con Sánchez (2015), “la definición de estudio de mercado es la acción que analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio”.

Estudiar el mercado es un factor determinante dentro del proyecto puesto que proveerá visibilidad de criterios necesarios para llegar al cliente.

2.2.8 Simulación

Al realizar un proyecto que conlleve datos históricos y no se poseen, se puede optar por la simulación.

Gonzalez (2020) afirma “la simulación es un acto que consiste en imitar o fingir que se está realizando una acción cuando en realidad no se está llevando a cabo”

La herramienta de simulación es de gran ayuda, sobre todo cuando se está desarrollando un estudio por primera vez.

2.2.9 Indicadores

Desarrollar operaciones manteniendo un control constante, facilita la detección de deficiencias o mejoras en una empresa.

Los indicadores según Cuartin (2020), son unidades de medición que permiten evaluar el rendimiento de los procesos internos de la firma, ya sea para medir la rentabilidad, productividad, calidad de servicio, gestión del tiempo, entre otros.

Para Shamey’s será beneficioso contar con indicadores que identifiquen si sus procesos se están llevando acorde a lo estipulado, de manera que si se presentan dificultades; se pueda identificar rápidamente o, al contrario; si todo marcha bien seguir la metodología que se está llevando a cabo, para ser constantes con los resultados.

2.2.10 Balanced Scorecard o Cuadro de mando integral

El cuadro de mando integral es una herramienta estratégica que determina los objetivos de una empresa, sus respectivos indicadores y frecuencia de medición.

El cuadro de mando integral según Roncancio (2018), se puede definir como:

Una metodología de gestión estratégica utilizada para definir y hacer seguimiento a la estrategia de una organización. Esta metodología, creada por Robert Kaplan y David Norton, permite estructurar los objetivos estratégicos de forma dinámica e integral para ponerlos a prueba según una serie de indicadores que evalúan el desempeño de todas las iniciativas y los proyectos necesarios para lograr su cumplimiento satisfactorio.

Los objetivos que se identifican en un cuadro de mando integral son esenciales para toda empresa, es por ello que Shamey's lo planea implementar entre sus indicadores.

2.2.11 Net Promoter Score (NPS)

Cuando se ofrece algún servicio o producto, la opinión del cliente es lo más importante, puesto que las empresas existen para satisfacer sus necesidades.

Rivas (2017) afirma que es una metodología creada por Fred Reichheld, con el fin de realizar la medición del grado de satisfacción y fidelidad de los consumidores de cualquier tipo de empresa.

Ofrecer encuestas siempre es una herramienta sencilla y eficiente a la hora de conocer cómo el cliente está percibiendo los productos en términos de satisfacción. En el proyecto se personalizará el NPS, pues se considera una herramienta eficiente.

2.2.12 Análisis de normalidad

Las pruebas de normalidad determinan que tan parecidos se comportan los datos, en el caso de este estudio, será la información recopilada por medio de encuesta.

“Los análisis de normalidad, también llamados contrastes de normalidad tienen como objetivo analizar cuánto difiere la distribución de los datos observados respecto a lo esperado si procediesen de una distribución normal con la misma media y desviación típica” (Amat Rodrigo, 2016).

En el presente proyecto se necesitará determinar si los datos obtenidos por medio de una encuesta siguen una distribución normal, y en caso de que sí la sigan, se podrá crear una simulación para pronosticar datos con los que no se cuentan.

2.2.13 Población finita

Para los términos estadísticos existen varios tipos de población, y en este proyecto para calcular la muestra se tomará de referencia la fórmula respectiva para una población finita.

Refiriéndose al tipo de población finita, Carrillo (2015) afirma que “se conoce el tamaño, a veces son tan grandes que se comportan como infinitas. Existe un marco muestral donde hallar las unidades de análisis (marcos muestrales = listas, mapas, documentos)”.

Se puede determinar que la población del presente proyecto es finita, debido a que se conoce la cantidad total de habitantes en Costa Rica; gracias a la constante

actualización de los datos por parte del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).

2.2.14 Muestra

Debido a que no se puede abarcar una población completa para hacer un estudio, se utiliza la muestra.

Según Leandro (2014), la muestra es una parte de la población que se selecciona para ser estudiada, ya que estudiar toda la población es demasiado costoso, toma demasiado tiempo o es imposible. (pág.23)

La fórmula utilizada para obtener la muestra es la siguiente:

Figura 1

Ecuación de la muestra para población finita

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Nota: La fórmula permite calcular la muestra en base a los habitantes de un país. Tomado de Estadística, 2015, <http://estadisticaproyectos.blogspot.com/2015/09/como-calculer-la-muestra-de-una.html>.

En donde, de acuerdo con Estadística (2019):

Z representa el nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores Z), p es el porcentaje de la población que tiene el atributo deseado, q el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado= 1 – p (cuando no hay indicación de la

población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q, N se define como el tamaño del universo (se conoce puesto que es finito), e el error de estimación máximo aceptado y n el tamaño de la muestra.

Para calcular la muestra se tienen las bases teóricas mencionadas anteriormente, de manera que se puedan obtener los datos de la cantidad de personas que se planean encuestar.

2.2.15 Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo es una herramienta de gran ayuda porque representa de una forma más visual cada paso de un proceso o una tarea.

De acuerdo con Editorial Etecé (2021), el diagrama de flujo o también diagrama de actividades es una manera de representar gráficamente un algoritmo o un proceso de alguna naturaleza, a través de una serie de pasos estructurados y vinculados que permiten su revisión como un todo.

Contar con este documento servirá para guiarse en los procesos. Para efectos del proyecto se planea implementar esta herramienta para conocer los pasos que conlleva la elaboración de un patrón y del traje de baño.

2.2.16 Cadena de suministro

La cadena de suministro es importante porque se determinan cada una de las partes presentes en la elaboración de un producto, para luego llegar al cliente con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

De acuerdo con Carreño Solís (2017, pág. 12):

La cadena de suministro está formada por empresas que coordinan y colaboran con el objetivo de explotar una oportunidad de mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes. Dichas empresas, que conforman la cadena de suministro, son proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y el mismo cliente final. Una representación básica se puede observar en la siguiente figura.

Identificar la cadena de suministro en Shamey's será importante porque permitirá conocer a detalle los canales de distribución, instalaciones y actividades presentes.

2.2.17 Valor actual neto (VAN)

Este indicador permitirá conocer si el proyecto de inversión es viable, de manera que, si el resultado es positivo, significa que sí que hay ganancias.

Rocabert (como se citó en Ramírez Carillo, 2015) menciona que “el VAN mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, calcula la cantidad total en que ha aumentado el capital como consecuencia del proyecto”.

Para la elaboración del proyecto se deben contemplar los cobros y pagos de este para que la empresa esté al tanto de lo que puede ganar o perder al realizar la inversión,

2.2.18 TIR

Este indicador refleja el porcentaje de rentabilidad de los pagos y cobros de la inversión del proyecto.

De acuerdo con Ramírez (2021):

Se utiliza frecuentemente para analizar la viabilidad de un proyecto y determinar la tasa de beneficio o rentabilidad que se puede obtener de dicha inversión. Estrechamente ligado al VAN, el TIR también es definido como el valor de la tasa de descuento que iguala el VAN a cero, para un determinado proyecto de inversión.

Este valor ayuda a comprender si es viable invertir en un determinado proyecto o si es mejor invertir en algo de menor costo o incluso mantener el dinero en el banco.

2.2.19 Valor de rescate

El valor de rescate hace referencia a lo que se obtendrá de ganancias al cumplir con la vida útil, en el caso del proyecto este valor es con respecto al equipo.

Según Donoso Sánchez (2017) “el valor residual es el valor que tiene un inmovilizado al final de su vida útil, una vez deducidos los gastos por amortización y depreciación”.

Un aspecto positivo de las máquinas que se utilizan para hacer costuras es que por lo general tienden a durar muchos años, más de la vida útil que se ha estipulado, lo que significa que se podrá rescatar parte del valor inicial, en caso de querer venderlas.

2.2.20 Depreciación

A través del tiempo los bienes van perdiendo su valor por distintos factores, y es un concepto que se debe tomar en cuenta en los análisis de caja.

“Se define como el desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo” (Arboleda Vélez, 2016, pág.272).

Con el dato de la depreciación se podrá estimar cuál será el valor del equipo más adelante en el futuro, ya que se puede devaluar por antigüedad o por fallas en el equipo; debido a que estará en constante uso.

2.2.21 Capital de trabajo

El dinero con el que se debe contar para una inversión inicial y poder poner en marcha un proyecto, se llama capital de trabajo.

Rivera (2019) menciona que “el capital de trabajo son los recursos que requiere una empresa para poder operar; estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo”.

Para el caso de Shamey’s el total del capital de trabajo será la suma de los costos variables y los costos fijos.

2.2.22 Costos fijos

Una empresa tiene gastos que se pagan constantemente por un período de tiempo determinado, estos son los costos fijos.

García (2014) afirma que los costos fijos, “son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas” (pág. 242).

Los costos fijos que se tomarán en cuenta en el proyecto son; la luz, el agua, el internet, los salarios, el préstamo y el teléfono. Estos son conceptos que mes a mes se tendrán que pagar.

2.2.23 Costos variables

Además de los costos fijos se tienen los variables, los cuales dependen de cómo se esté comportando la demanda.

Los costos variables “son aquellos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones” (García, 2014, pág. 243).

Para los costos variables se tomarán en cuenta los insumos, los cuales son todos los materiales que implica la fabricación del vestido de baño y su entrega; para luego llegar a manos del cliente.

2.2.24 Inversión inicial

Para iniciar algún proyecto se necesita plantear el monto inicial en el que se va a incurrir para desarrollarse

La inversión inicial es “conocida como costos de inversión o inversión antes de la puesta en marcha, está representada por los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo” (Meza, 2017, pág. 243).

La inversión inicial en este proyecto se compondrá del capital de trabajo, este monto influirá de manera determinante para tomar la decisión sobre implementar el proyecto de inversión en Shamey’s.

2.2.25 Flujo de caja

EL flujo de cajas permite conocer los ingresos y egresos de la compañía, siendo esta herramienta importante para cualquier empresa

“El flujo de caja es el esquema que muestra los montos de los ingresos y los egresos o, en su caso, la diferencia entre ellos, en un período o varios períodos” (Alvarado, 2014, pág.16).

Este dato servirá para determinar e indicar cómo van las finanzas de la empresa, ver si se dispone del dinero necesario para cubrir con las obligaciones y para ejercer el proyecto de inversión.

2.2.26 Pasivo

Los pasivos representan lo que la empresa debe a terceros en términos monetarios, por lo general en períodos de tiempo establecidos.

Humbertocd (2021) afirma que “el pasivo representa las deudas y obligaciones de la empresa”.

Para el caso de los pasivos de Shamey’s se puede contemplar el préstamo y los impuestos a los que se estará sujeto, entre otros conceptos más.

2.2.27 Activo

A diferencia de los pasivos, los activos son los derechos y bienes que se poseen; los cuales generan valor y pueden generar beneficios a largo plazo.

De acuerdo con Humbertocd (2021), “el activo son todos los bienes, inversiones y derechos que tiene la empresa”.

En este concepto se pueden diferenciar 2 tipos de activos, el circulante; el cual se mantiene en la empresa en un período inferior al año como el inventario, y los activos fijos que son los bienes que se mantienen en la empresa por más tiempo como lo es el equipo e inmobiliario.

2.2.28 Amortización

Con la amortización el deudor puede obtener los datos monetarios en los que se va a incurrir el préstamo.

Pérez Porto y Gardey (2012) afirman que “la amortización puede tratarse del pago de una deuda en cuotas, incluyendo el desembolso de los correspondientes intereses. Con cada uno de los pagos, el deudor reduce la deuda y abona los intereses”.

La tabla de amortización provee visibilidad de los conceptos y montos de lo que se pagará al prestamista, siendo estos datos la cuota con sus respectivos intereses; además se obtiene el detalle del mes a mes de los pagos.

2.2.29 Sistema Push

Cuando se va a desarrollar un producto las empresas necesitan determinar el método de producción; por lo que, existe la metodología pull y push para elegir cómo fabricar en función a una demanda en tiempo real o a sus pronósticos.

Mecalux (2021) afirma que el modelo push “está directamente relacionado con la predicción de la demanda, ya que es indispensable saber previamente y con la máxima precisión qué productos requerirán los clientes, cuándo y en qué cantidad”.

Para efectos del proyecto se pretende implementar esta metodología por consejo de un experto.

CAPÍTULO III:
DIAGNÓSTICO Y ESTADO ACTUAL

3.1 Estudio de mercado

Esta sección permitirá definir e identificar los elementos que conlleva el estudio de mercado, siendo estos importantes para conocer cómo se comporta en la actualidad y específicamente el área que al se desea dirigir, con respecto al ámbito del producto a comercializar.

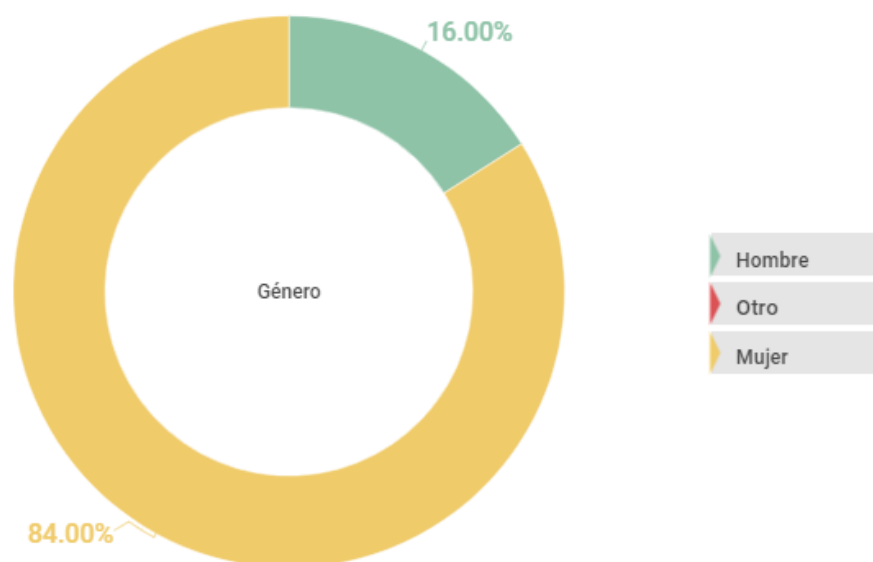
3.1.1 Producto

El presente proyecto se basará en una línea de trajes de baño de dos piezas específicamente, pues se considera un producto que gusta bastante a la población y que en términos de elaboración es más viable y sencillo para confeccionarlo. Esta prenda pretende elaborarse en gran variedad de colores y diseños en cuanto a tela.

3.1.2 Encuesta

El objetivo de realización de una encuesta en el presente proyecto es obtener los datos necesarios para identificar el comportamiento del mercado, lo cual se vuelve una necesidad para determinar ciertos factores importantes para poner en marcha el emprendimiento Shamey's. Para esta encuesta se tomó una muestra de 119 personas, utilizando la fórmula específica para una población finita, la cual es utilizada debido a que se toma en cuenta la población total de Costa Rica, cuyo dato es de 5 163 038 habitantes.

A continuación, se mostrarán los respectivos gráficos y datos obtenidos para cada pregunta que se contempló en el formulario.

Figura 2*Género*

Nota: Resultados de género obtenidos por medio de la encuesta. Elaboración propia

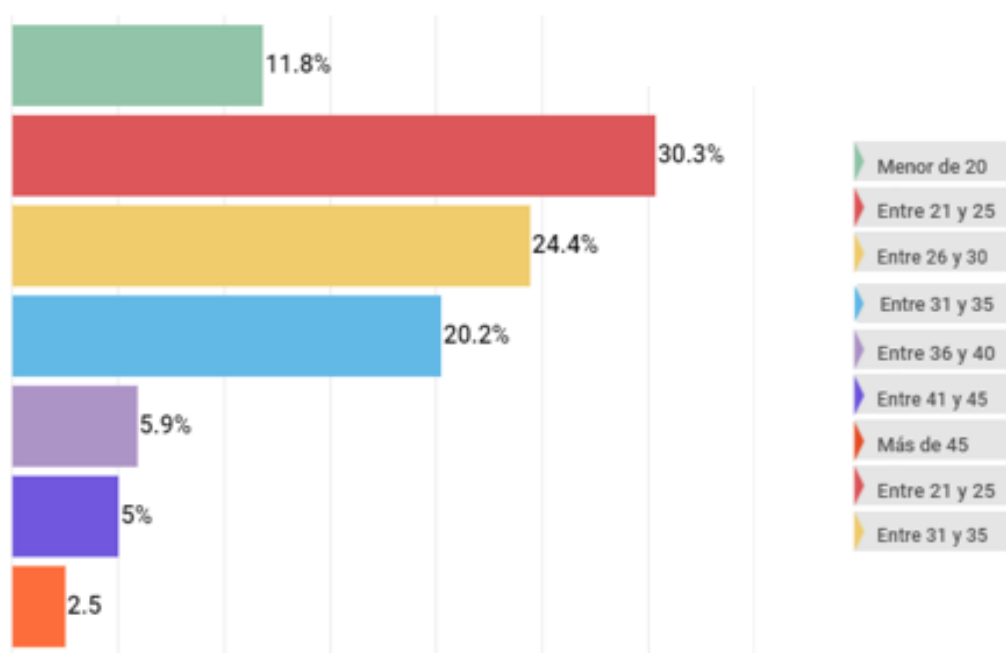
Para la pregunta de la figura 2, se tomaron en cuenta todos los tipos de género, puesto que; aunque los trajes de baño estén dirigidos a una línea femenina y las chicas por lo general sean el principal mercado, hay que tomar en cuenta que los hombres en ocasiones compran prendas para regalar a alguna o algún conocido, incluso ellos utilizan estas prendas. Para el género no definido se evidencia que se contempló, pero dentro de las muestras no se mostró alguno.

La manera en que se distribuyó el formulario fue en cadena; es decir la dueña intelectual del proyecto la pasó a conocidos y ellos la pasaban a otras personas, esto para abarcar todas las muestras. Se puede determinar que con los datos en la figura 84% fueron

mujeres y el otro 16% hombres, por lo que se evidencia que las personas optaron por pasar la encuesta a chicas, puesto que la ropa de este tipo es más popular y gustada entre ellas, según las estadísticas.

Figura 3

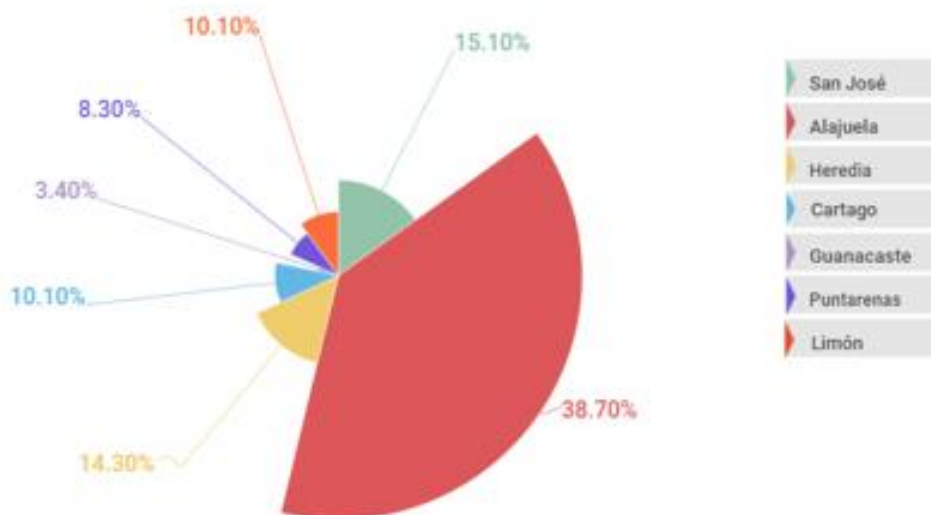
Rango de edades



Nota: Resultados de rango de edades recopilados por medio de la encuesta.

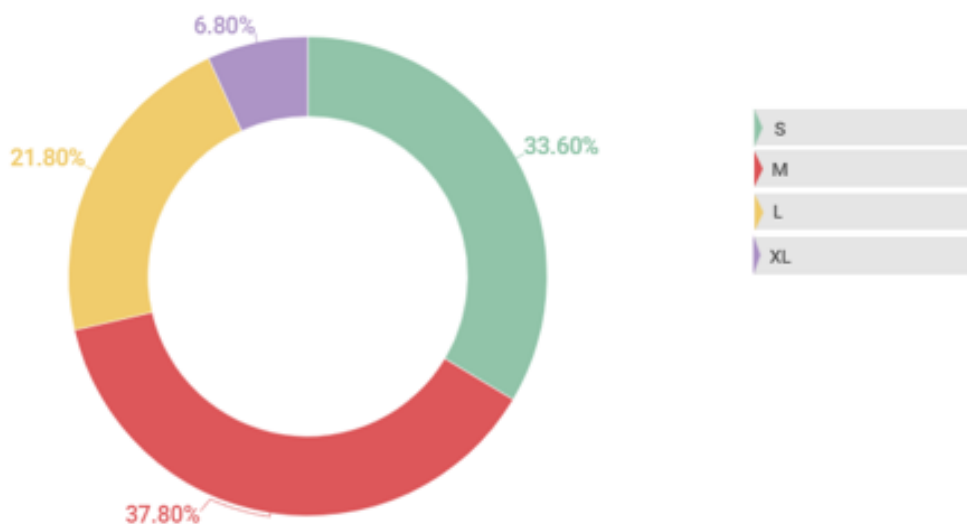
Elaboración propia

Tal y como se muestra en el gráfico anterior, el rango de edad de las personas en su mayoría; con un 30.3% son los que tienen entre 21 y 25 años. Después como segundo lugar se muestran los de 26 a 30 años con 24.4%, y como tercer lugar con un 20.2% los de 31 a 35 años.

Figura 4*Distribución de personas por Provincia*

Nota: Resultados de la ubicación de personas por Provincia obtenidos por medio de la encuesta. Elaboración propia

La mayoría de los clientes potenciales se encuentran en la provincia de Alajuela, indicando el porcentaje más alto de los datos con un 38.7%, como segundo lugar San José con un 15.1% y como tercero Heredia con 14.3%. Este comportamiento es positivo, ya que como la mayoría de los clientes se ubican dentro del Gran Área Metropolitana (GAM), Shamey's estará en un punto estratégico para distribuir sus productos y además minimizar los costos.

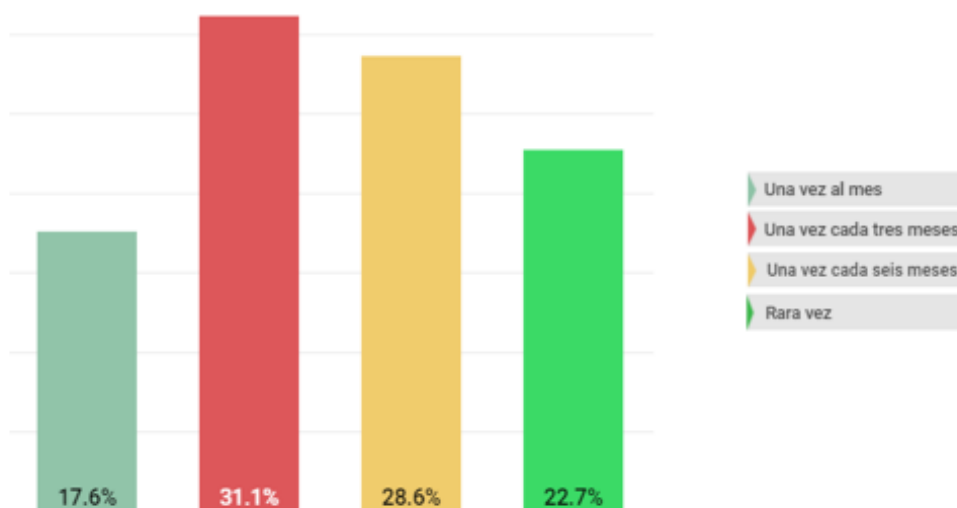
Figura 5*Tipo de talla*

Nota: Tallas de los encuestados. Elaboración propia

Las tallas con nivel de demanda más alta son “S” y “M”, lo que permite identificar que se deben fabricar esas tallas en mayor medida, dado a que según este estudio del mercado pronostica que serán las que se moverán más.

Figura 6

Frecuencia de compra de trajes de baño

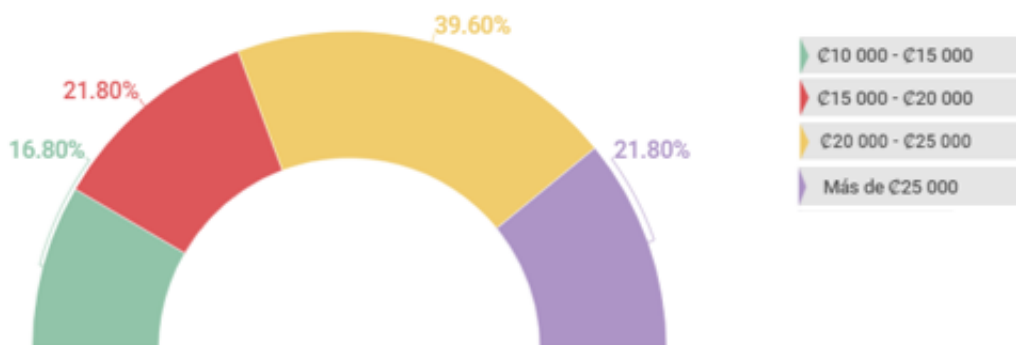


Nota: Frecuencia con la que adquieren vestidos de baño. Elaboración propia

Para determinar cómo se comportará la demanda se consultó a los encuestados con qué frecuencia compran trajes de baño; y como se evidencia en la figura 6, la mayoría con el 31.1% dijo comprar vestidos de baño una vez cada tres meses, lo cual es importante para pronosticar las ventas. Cabe mencionar que el 17.6% menciona que adquieren estas prendas una vez al mes, por lo que también es interesante y beneficioso para la empresa, ya que se clasifican como clientes frecuentes e importantes de esta línea de ropa.

Figura 7

Presupuesto para comprar trajes de baño

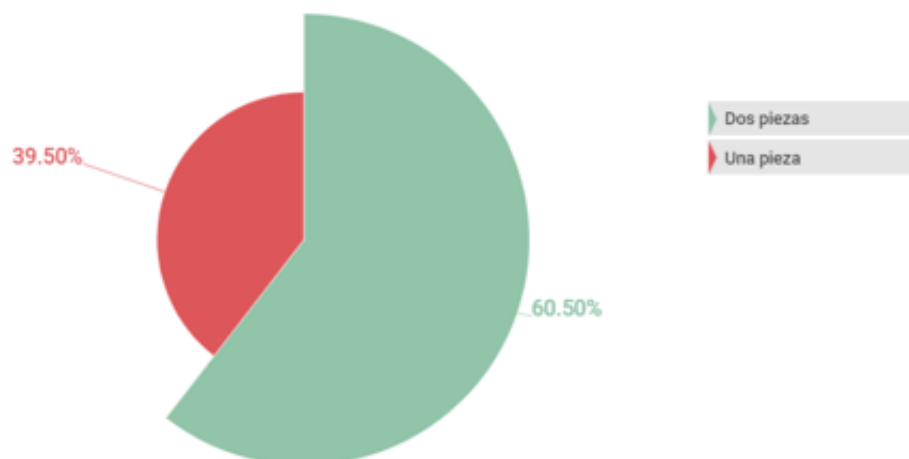


Nota: Presupuesto estimado destinado a la compra de trajes de baño. Elaboración propia

El presupuesto de la mayoría para comprar un traje de baño ronda de € 20 000 a € 25 000, lo cual es un resultado determinante para fijar los precios de los vestidos de baño que se confeccionarán. De segundo lugar con el mismo resultado de un 21.8% se encuentran las categorías de más de € 25 000 y € 15 000 - € 20 000, estos datos también se considerarán parte de las opciones para tomar la decisión.

Figura 8

Tipo de traje de baño preferido

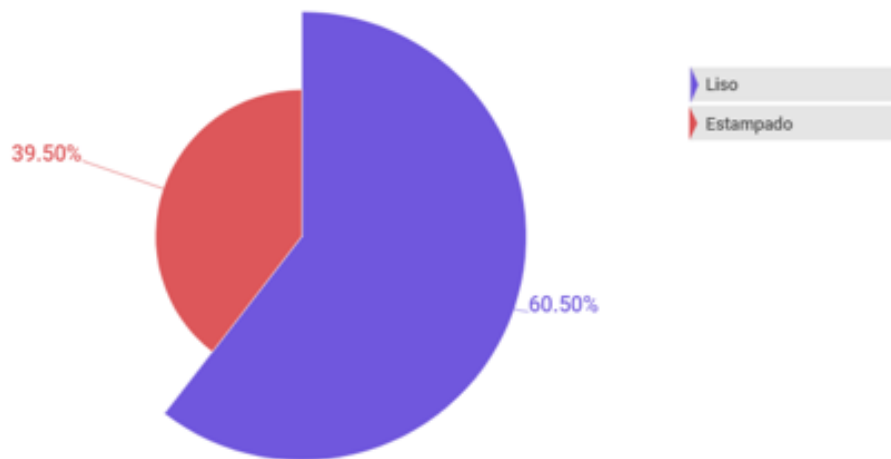


Nota: Encuestados en su mayoría prefieren los trajes de dos piezas. Elaboración propia

Tomando en cuenta los datos anteriores, se evidencia que el traje de baño de dos piezas domina entre los gustos. Es un resultado bastante positivo para Shamey's swimwear porque la empresa pretende especializarse en estas prendas de dos estructuras, lo cual se acertó bastante bien. Cabe destacar que los de una pieza también cuentan con un porcentaje de consideración, y aunque Shamey's presentará el estilo de dos piezas, no se descarta la idea de introducir de una pieza más adelante.

Figura 9

Tipo de tela preferida

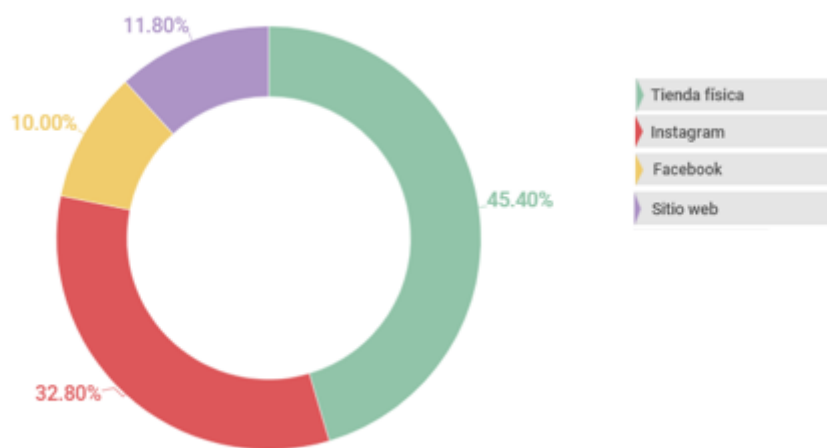


Nota: La tela lisa es la preferida basándose en los datos recopilados. Elaboración propia

Según los datos del gráfico anterior, las personas prefieren la tela lisa en los trajes de baño, indicando así que se deberá invertir más en este tipo de tela; beneficiando a Shamey's porque el metro de tela liso es más económico que el estampado.

Figura 10

Método de compra preferido



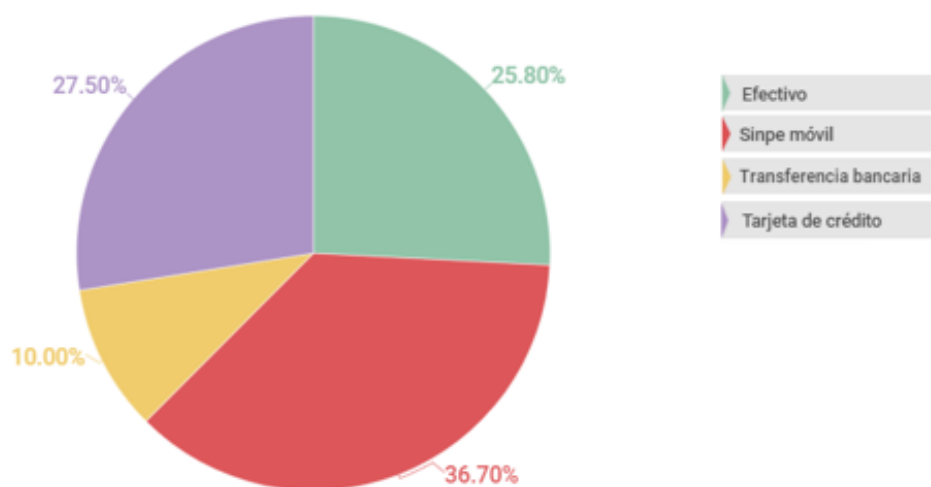
Nota: Se preguntó a las personas la forma en que prefieren efectuar una compra.

Elaboración propia

De acuerdo con la información en el gráfico, la forma de compra preferida es por medio de tienda física. Se tiene la hipótesis que a los clientes les gusta visualizar la forma real de las prendas y también medírsela en la mayoría de sus casos; es por ello que consideran la tienda física como prioridad por su accesibilidad a estos factores. Por otro lado, el Instagram también es una opción relevante; hoy en día los productos venden mucho por el movimiento de las redes sociales, y para nadie es un secreto que esta plataforma es una de las más utilizadas y gustadas a nivel mundial; debido a esto se considera una forma exitosa de llegar al cliente.

Figura 11

Método de pago preferido

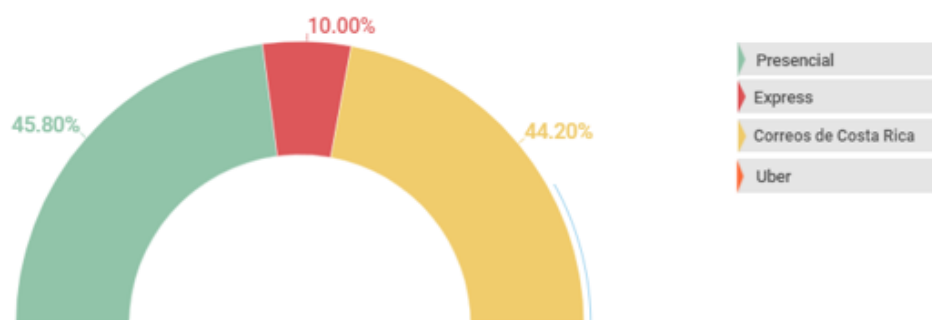


Nota: Se solicitó a los encuestados definir el tipo de pago preferido, esto basado a lo que usualmente utilizan. Elaboración propia

En definitiva, el método preferido para hacer los pagos es el sinpe móvil; esta plataforma tomó mucha fuerza en los últimos años, la facilidad para hacer transacciones desde un teléfono móvil se volvió una maravilla para las personas, y una de sus características importantes es que se puede enviar el dinero sin ningún costo a cualquiera sin importar cual es el Banco asociado, que por lo general si se transfiere a bancos diferentes por medio de la plataforma en línea, se cobra una comisión. Por otro lado, se tienen las tarjetas de crédito como siguientes en la lista; hoy en día, muchos optan por este método puesto que el banco que las emite les provee beneficios por sus compras, o simplemente para cancelar su compra en un período determinado que más les funcione.

Figura 12

Método de entrega preferida



Nota: El gráfico demuestra una riña entre los métodos de entrega preferidos.

Elaboración propia

A partir de la figura 12, se puede determinar que la forma preferida de recibir sus productos es de manera presencial, esto va de la mano con los datos del gráfico en la figura 10, debido a que si optan y prefieren comprar en la tienda física; obtendrán el producto inmediatamente en el lugar. También como segundo resultado más alto con un 44.2% no muy lejano al primer lugar, se tiene correos de Costa Rica; este medio ha tomado fuerza por ser confiable y eficiente en el país, también se ha logrado colocar en el mercado sobre todo con la pandemia del COVID, debido a que las personas estando en casa realizan las compras virtuales.

Dentro de esta pregunta también se mencionó el servicio express, obtuvo una elección del 10%, y se tomó en cuenta porque se pretende como opción tener un mensajero cercano en caso de que los productos no se envíen con Correos de Costa Rica. Cabe mencionar que Uber fue otra opción, pero es interesante que nadie votara por ella; lo cual evidencia que por lo general no es una opción para los clientes, posiblemente porque no han tenido la oportunidad de usar este medio.

3.1.3 Competencia

Se hizo un sondeo de la competencia por medio de las redes sociales, donde se analizó y se tomó en cuenta factores determinantes en el análisis como, la cantidad considerable de seguidores en las páginas y además los precios que ofrecen. Entre la competencia directa se encuentran las siguientes marcas:

- Kalele swimwear: Se fundó en junio del 2020. El rango de precios va entre los ₡ 18000 y ₡ 20000; cuenta solamente con tienda online.
- Alicia beachwear: El negocio se abrió en abril del 2015. Sus precios van desde los ₡ 18 000 a los ₡ 26 000, no cuenta con tienda física, labora de manera virtual.
- Aloha swimwear: Tienda fundada en septiembre del 2020, y sus precios varía entre los ₡ 16 800 a los ₡ 18 900. no posee tienda física, solo virtual y según su ubicación distribuye desde Alajuela.

- Swimwear mantarraya: Es una tienda online, con precios entre ¢ 19 500 a ¢ 22 000, y fue fundada en julio del 2019. Comercializa solamente en línea.
- Nuzca swimwear: Se creó en julio del 2018. El rango de precios va de los ¢ 16 000 a los ¢ 17 000. Este si posee tienda física ubicada en San Francisco de Heredia, en el centro comercial Verolís.

Hay cantidades incontables de marcas de trajes de baño actualmente, pero las enumeradas se consideraron por lo anteriormente mencionado. Cabe destacar que el precio se considera una característica decisiva para la compra y la atracción del cliente en estos escenarios.

3.1.4 Precio

Para determinar los precios de los trajes de baño se contemplaron los costos que implica la confección, estos serían; la luz, los hilos y la tela. También se tomó en cuenta los datos de la encuesta mostrados en la figura 7; y también tomando de referencia los precios de la competencia dentro del mercado. En las siguientes tablas se presentan los precios que se asignarán a los productos.

Tabla 1*Costos y utilidad de tallas S y M*

| Talla S y M | | | | |
|------------------------------------|------------|-----------------|------------|---------------|
| Producto | Costo | Precio de venta | Utilidad | % de Utilidad |
| Traje de 2 piezas con tanga normal | ₡ 2 233,00 | ₡ 19 000,00 | ₡16 767,00 | 88% |
| Traje de 2 piezas con tanga hilo | ₡ 1 700,00 | ₡ 19 000,00 | ₡17 300,00 | 91% |
| Traje de 2 piezas con tanga alta | ₡ 3 300,00 | ₡ 19 000,00 | ₡15 700,00 | 83% |

Nota: Datos que evidencian el margen de ganancias de las tallas S y M.

Elaboración propia

Tabla 2*Costos y utilidad de tallas L y XL*

| Talla L y XL | | | | |
|------------------------------------|------------|-----------------|------------|---------------|
| Producto | Costo | Precio de venta | Utilidad | % de Utilidad |
| Traje de 2 piezas con tanga normal | ₡ 3 300,00 | ₡ 19 000,00 | ₡15 700,00 | 83% |
| Traje de 2 piezas con tanga hilo | ₡ 3 300,00 | ₡ 19 000,00 | ₡15 700,00 | 83% |
| Traje de 2 piezas con tanga alta | ₡ 6 500,00 | ₡ 19 000,00 | ₡12 500,00 | 66% |

Nota: Datos que muestran el margen de ganancias de las tallas L y XL.

Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla 1 y 2, se le asigna el mismo precio a todas las tallas y a los 3 estilos con tanga diferente; se toma la decisión de esta forma para un mejor manejo de los datos al cliente y de igual forma para llevar la contabilidad de Shamey's de una manera más fácil. Cabe destacar también que, aunque en la figura 7 se muestre que el presupuesto de la mayoría para invertir en la prenda es ₡ 20 000 - ₡ 25 000, se elige 19 000 como el precio, al considerar que el emprendimiento viene iniciando, por lo

que necesita precios de introducción atractivos. La utilidad fijando estos precios se considera aceptable para la empresa.

3.1.5 Oferta

Se pretende trabajar con la metodología “Push” puesto que se quiere vender los productos en inventario y no hacer las confecciones de la prenda al momento del pedido, esto debido a que no se quiere trabajar bajo presión y de igual forma se desea brindar a los clientes una pronta entrega de la prenda; por lo que no poseer el producto listo retrasaría el proceso. También se debe tomar en cuenta que pueden haber pedidos seguidos; lo que va a interferir con los tiempos.

Para implementar este sistema se tiene de referencia las cantidades de los insumos y sus respectivos costos mensuales, lo que va a permitir al emprendimiento confeccionar cierta cantidad de productos cada mes, de acuerdo a los materiales comprados con el presupuesto que se propondrá.

Cabe mencionar que el sistema “Push” se decide después del análisis y estrategia propuesta por la diseñadora; puesto que tiene experiencia y conoce los pros y contras de cómo manejar la oferta.

Para un adecuado análisis de la oferta se deben valorar factores de la competencia como sus fortalezas y debilidades; con relación a la localización, precios, tipo de consumidor y productos que ofrecen. El resultado de este análisis se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 3*Análisis de la oferta competitiva*

| Nombre | Localización | Productos | Precio del producto | Tipo de consumidor |
|----------------------------|--|---|---------------------|--------------------|
| Kalele swimwear | Virtual | Trajes de baño | 18000 - 20000 | Jóvenes y adultos |
| Alicia beachwear | Virtual | Trajes de baño, enaguas y vestidos | 18 000 -26 000 | Jóvenes y adultos |
| Aloha swimwear | Virtual, con distribución desde Alajuela | Trajes de baño, salidas de baño y palazos | 16 800 -18 900 | Jóvenes y adultos |
| Swimwear mantarraya | Virtual | Trajes de baño | 19 500 -22 000 | Jóvenes y adultos |
| Nuzca swimwear | Heredia | Trajes de baño y tops | 16 000 -17 000 | Jóvenes y adultos |

Nota: En la tabla se muestran factores que influyen en la oferta competitiva.

Elaboración propia

3.1.6 Demanda

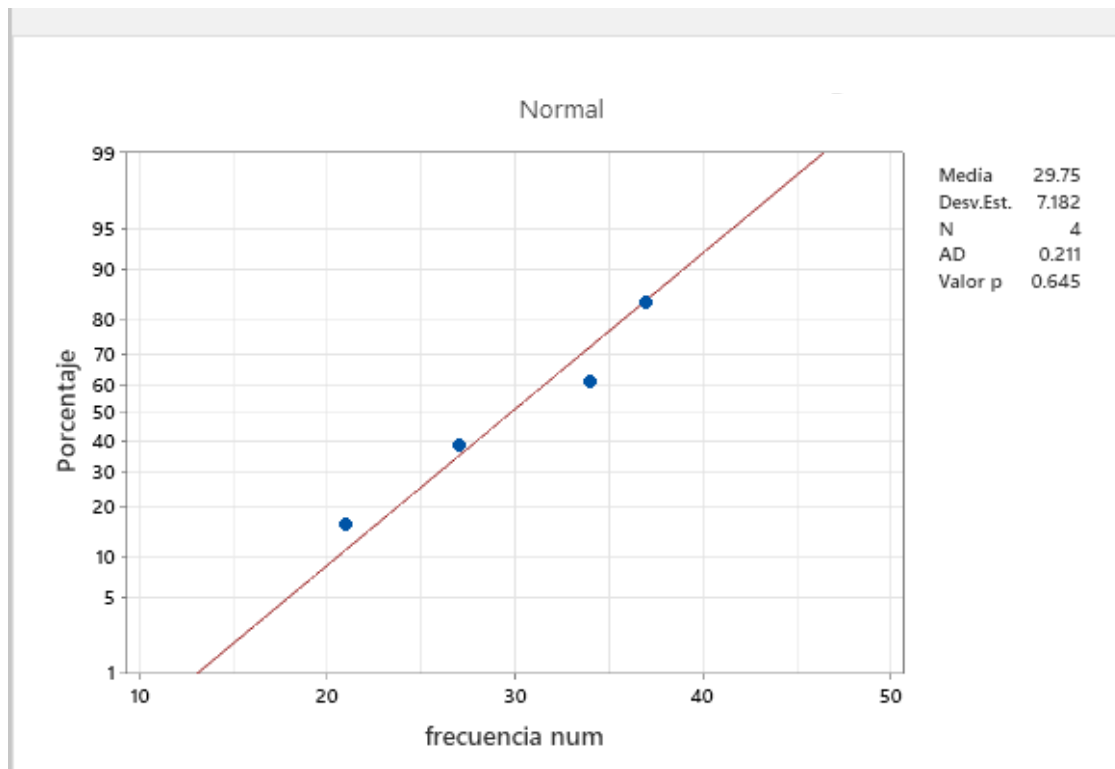
Con los resultados obtenidos de la encuesta (Ver figura 6), se procede a realizar un análisis para determinar si los datos siguen una distribución normal y de esa manera elaborar una simulación de lo que pueden ser las ventas por mes y por año; ya que no se cuentan con datos históricos. Para este análisis se utilizó la prueba de normalidad, y sus 3 tipos.

Para plantear el análisis se disponen de las siguientes hipótesis:

- Si el valor $p > \alpha$; se sigue una distribución normal y se acepta la hipótesis nula H_0
- Si el valor $p \leq \alpha$; no se sigue una distribución normal y se rechaza la hipótesis nula H_0

Figura 13

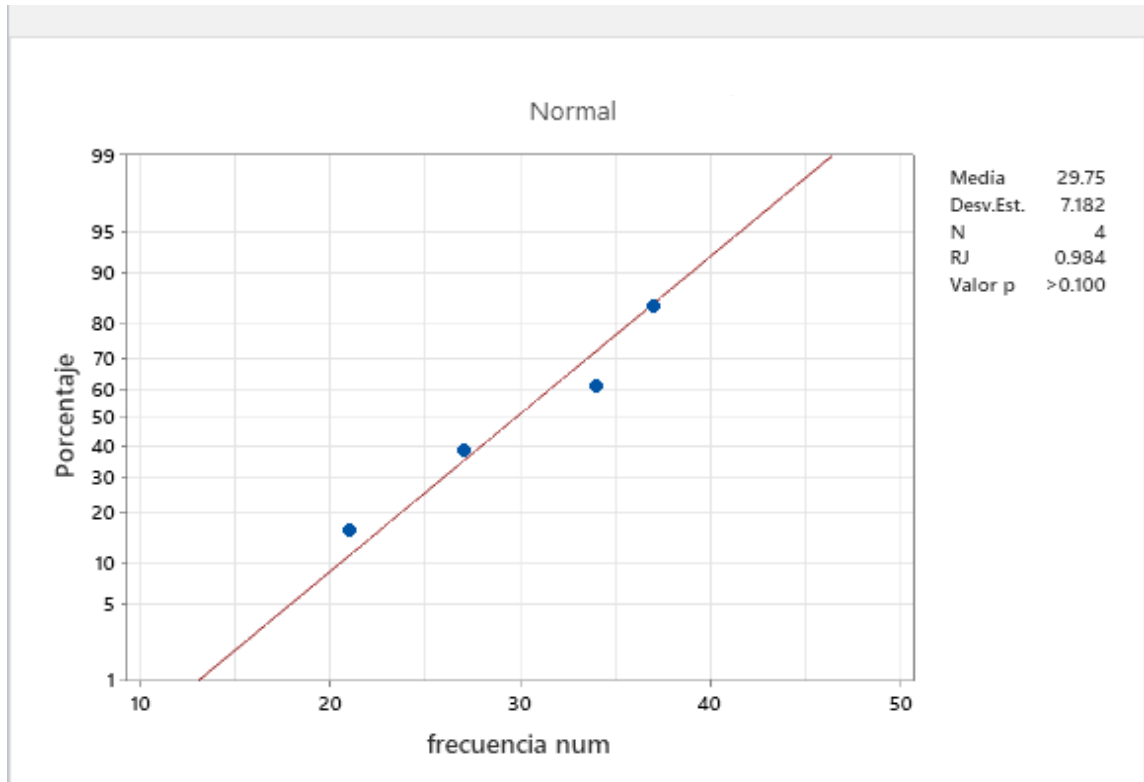
Prueba de normalidad Anderson-Darling



Nota: Los valores que se obtienen del gráfico permitirán desarrollar la simulación, gracias a su distribución normal. Elaboración propia

Figura 14

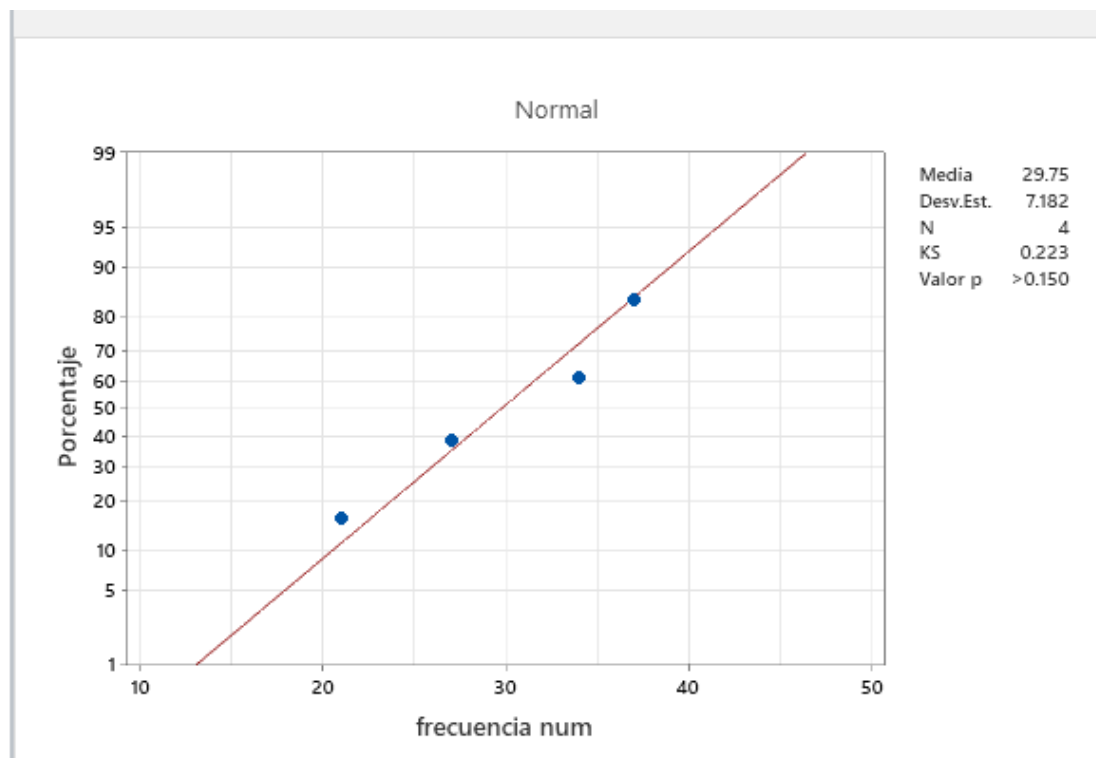
Prueba normalidad frecuencias Ryan- Joiner



Nota: El valor p demuestra que la distribución es normal. Elaboración propia

Figura 15

Prueba de normalidad Kolmogorov - Smirnov



Nota: Los datos de la encuesta permitieron valorar si se seguía una distribución normal, por lo que el gráfico lo confirma. Elaboración propia

Como se evidencia en las figuras 13, 14 y 15, el valor p es mayor a 0.05, el cuál es el valor de significancia por lo que se acepta la hipótesis nula y se puede determinar que los datos sí siguen una distribución normal. Ahora con los datos obtenidos; la media y desviación estándar; se procederá con la simulación para cada mes del año con el fin de estimar cuáles serán las posibles unidades producidas por mes.

Tabla 4*Simulación de unidades producidas del mes 1-36*

| Mes | Unidades | Mes | Unidades | Mes | Unidades |
|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| 1 | 38 | 13 | 27 | 25 | 41 |
| 2 | 39 | 14 | 36 | 26 | 29 |
| 3 | 30 | 15 | 17 | 27 | 36 |
| 4 | 30 | 16 | 34 | 28 | 20 |
| 5 | 31 | 17 | 38 | 29 | 26 |
| 6 | 34 | 18 | 37 | 30 | 46 |
| 7 | 38 | 19 | 25 | 31 | 34 |
| 8 | 43 | 20 | 43 | 32 | 35 |
| 9 | 28 | 21 | 36 | 33 | 43 |
| 10 | 42 | 22 | 24 | 34 | 35 |
| 11 | 33 | 23 | 29 | 35 | 43 |
| 12 | 29 | 24 | 41 | 36 | 31 |
| Total | 415 | Total | 387 | Total | 419 |

Nota: Los datos representados son el resultado de la simulación de ventas para los primeros 36 meses. Elaboración propia

Tabla 5*Simulación de unidades producidas del mes 36-72*

| Mes | Unidades | Mes | Unidades | Mes | Unidades |
|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| 37 | 36 | 49 | 16 | 61 | 35 |
| 38 | 31 | 50 | 29 | 62 | 35 |
| 39 | 31 | 51 | 41 | 63 | 27 |
| 40 | 34 | 52 | 28 | 64 | 38 |
| 41 | 30 | 53 | 24 | 65 | 45 |
| 42 | 41 | 54 | 41 | 66 | 35 |
| 43 | 26 | 55 | 36 | 67 | 36 |
| 44 | 25 | 56 | 40 | 68 | 30 |
| 45 | 31 | 57 | 15 | 69 | 34 |
| 46 | 21 | 58 | 34 | 70 | 24 |
| 47 | 60 | 59 | 31 | 71 | 32 |
| 48 | 29 | 60 | 35 | 72 | 42 |
| Total | 395 | Total | 370 | Total | 413 |

Nota: La tabla muestra las ventas pronosticadas por mes. Elaboración propia

Como se evidencia en las tablas anteriores se generaron variables aleatorias, aplicando la herramienta de simulación a partir de una distribución normal; para ello se utilizó la siguiente fórmula en excel:

=REDONDEAR (DISTR.NORM.INV(ALEATORIO (); MEDIA;DESV.EST);0)

Con esto se permitió obtener datos para calcular las ventas más adelante en el análisis de sensibilidad, siendo así; datos indispensables para desarrollar el flujo de caja.

3.2 Estudio Legal

Todo negocio o empresa debe estar alineado con el marco legal del país, para evitar inconvenientes o problemas legales que puedan repercutir con el desarrollo de este mismo. Existen certificaciones, contribuciones y procesos que se deben establecer para un emprendimiento, tomando en cuenta tanto negocios físicos como virtuales. A continuación, se mencionarán y se especificarán cada uno de ellos.

3.2.1 Tipo de Entidad

3.2.1.1 Jurídica

De acuerdo con el MEIC (2019), la entidad jurídica es una institución legal conformada por una o más personas físicas o jurídicas para cumplir un objetivo social y/o económico, que tiene la potestad igualmente de ejercer derechos y contraer obligaciones, pero que cuya responsabilidad es compartida entre las partes que la conforman.

3.2.1.2 Física

Según el MEIC (2019), la persona física es toda aquella persona humana con la potestad de ejercer derechos y contraer obligaciones a título personal. En este caso, este individuo es quien asume todas las responsabilidades de la empresa.

Shamey's será una entidad física, debido a que la propietaria asume todos los cargos y responsabilidades de este emprendimiento.

3.2.2 Inscripción como contribuyente

Este proceso es obligatorio para estar alineado con el marco legal del país y para poner en funcionamiento una empresa. La inscripción se hace a través del Administración Tributaria Virtual en línea.

3.2.2.1 Régimen tradicional

Este tipo de régimen tributa de acuerdo a las ventas y no a las compras, en comparación al régimen de tributación simplificada; aquí el contribuyente debe emitir facturas obligatoriamente. Se hace la declaración por medio del formulario D-104. Shamey's swimwear optará por contribuir bajo es régimen.

3.2.2.2 Régimen de Tributación Simplificada

El Régimen de Tributación Simplificada paga cada trimestre, no se emiten facturas y se debe llenar el respectivo formulario D-151 para la declaración.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda (2021), estos son los requisitos para ingresar al Régimen de Tributación Simplificada:

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.

3.2.3 Inscripción en C.C.S.S

Todo patrono debe incluir a sus trabajadores al seguro social, estos trámites se hacen mediante la Caja costarricense del Seguro Social. Según el MEIC (2019), estos son los requisitos:

- Solicitud de inscripción ante la CCSS como patrono
- Copia de escritura de la constitución de la sociedad
- Original de la personería jurídica vigente. En caso de persona física, una copia del documento de identidad
- Recibo de electricidad reciente del lugar donde va a operar el negocio

3.2.4 Póliza de riesgos

Todo patrono está obligado a ofrecer una póliza de riesgos a sus trabajadores, la cual cubre al empleado en caso de sufrir un accidente o enfermedad laboral, brindándole así asistencia médica y de rehabilitación en caso de requerirla. Según Bermúdez Gómez (2017), hay casos de exoneración:

- Cuando la actividad laboral es familiar y se opera como persona física
- Los trabajadores que realizan actividades por cuenta propia y que no devengan salario.

Entre los requisitos se encuentra:

- Llenar la solicitud respectiva.

- Presentar la lista de trabajadores indicando: nombre, número de cédula, puesto del trabajo, monto del salario mensual y forma de pago.
- En caso de personas jurídicas deben aportar personería jurídica y copia de cédula de quien firma la solicitud.

3.2.5 Certificado uso de suelos

En caso de desarrollar un negocio que implique la compra de un terreno, se debe contar con la acreditación de conformidad de uso del suelo, generalmente este documento es valorado y otorgado por la Municipalidad local, la cual determina si la actividad a desarrollarse está autorizada por el plan regulador. Entre sus requisitos están:

- Solicitud llena y firmada por el solicitante
- Fotocopia del plano catastro
- Cédula de identidad

3.2.6 Permiso sanitario de funcionamiento

Todo establecimiento en Costa Rica debe contar con un certificado brindado por el Ministerio de Salud en el cual autorice su funcionamiento como empresa de tipo comercial, industrial o de servicios; siempre dirigidos a los ámbitos de salud y ambientales. De acuerdo con Carpio (2020) los requisitos son los siguientes:

- Formulario unificado de solicitud
- Declaración Jurada

- Copia del comprobante de pago de servicios
- Copia de la cédula de identidad o DIMEX del responsable legal. En caso de persona jurídica debe aportar certificación registral o notarial de la personería jurídica vigente con no más de un mes de emitida.

3.2.7 Patente municipal

Toda actividad lucrativa está sujeta a la licencia o patente otorgada por la Municipalidad del respectivo cantón. De acuerdo con Bermúdez Gómez (2017) entre los requisitos se encuentran:

- Permiso Uso de Suelo (Municipalidad).
- Permiso sanitario de funcionamiento por el Ministerio de Salud
- Póliza de riesgos o exoneración (si esta aplica de INS u otra operadora).
- El registro como patrono (CCSS).

3.2.8 Registro de la marca

Este es un requisito opcional, pero es recomendable si se va a comenzar un negocio por primera vez. Registrar la marca puede evitar problemas legales en caso de que no se tenga conocimiento de la existencia de una ya registrada o que alguien la quiera tomar; el logo también se encuentra incluido aquí. Registrar una marca permite ubicarse dentro del mercado y la competencia de una manera positiva y correcta.

Según Bermúdez Gómez (2017), para el debido trámite del registro estos son los requisitos:

- Realizar en el Registro de la Propiedad Intelectual del Registro Nacional de la Propiedad.
- Se debe presentar el logotipo y los colores.
- Los trámites de registro y la publicación en el Diario Oficial La Gaceta, se realizan personalmente o por medio de un notario.

CAPÍTULO IV:

PROPUESTA

4.1 Estudio organizacional

El emprendimiento de trajes de baño Shamey's tiene como objetivo consolidarse e introducirse dentro del mercado. Será una pequeña empresa la cual estará destinada a satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a; tendencias, comodidad y calidad.

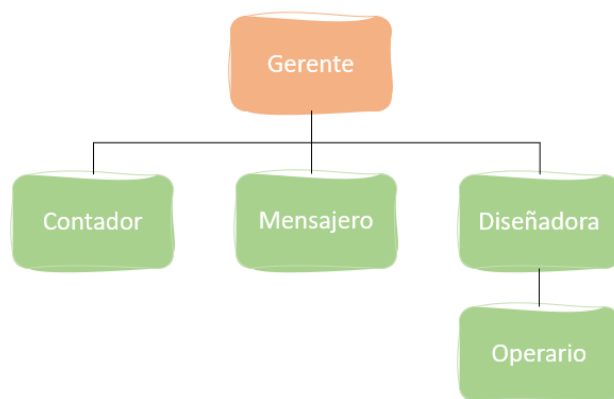
Se plantea la siguiente misión y visión para la empresa:

- Misión: Brindar a los clientes una línea de trajes de baño femenina, que sean cómodos, personalizados, a la moda, que se ajuste a su estilo y sobre todo con precios justos.
- Visión: Ser una empresa líder en la línea de trajes de baño en Costa Rica, que ofrezca productos de calidad y con conceptos innovadores de moda.

También a continuación se plantea un organigrama basándose en el personal que se ha utilizado en el momento que se presentaron pedidos de manera informal, agregando el personal que se planea disponer en la etapa de inicio cuando se formalice el emprendimiento.

Figura 16

Organigrama de Shamey's



Nota: Demostración de la jerarquía en Shamey's. Elaboración propia

Shamey's estará conformado por el personal mostrado en la figura 16, una vez se inicie el proceso de comercialización del producto. Más adelante, cuando el emprendimiento haya logrado un lugar dentro del mercado y un comportamiento positivo, se analizará qué otro tipo de personal se necesitará para suplir las necesidades emergentes. Estos son los roles designados para cada parte de la organización:

- **Gerente:** se encarga de velar por la eficiencia de la empresa y sus procesos en general. Maneja las redes, la publicidad, analiza el comportamiento del mercado, se encarga de las ventas, establece las relaciones con los proveedores y coordina entregas.

- **Diseñadora:** se encarga del proceso productivo, en términos de diseño y confección de los trajes de baño, también hace reportes de existencias en inventario referentes a la materia prima y al producto terminado.
- **Operador:** encargado de confeccionar los vestidos de baño.
- **Contador:** encargado de las finanzas de la empresa y sus respectivos reportes para fines legales.
- **Mensajero:** se encarga de transportar y entregar el producto final a los clientes.

4.2 Estudio técnico

El ámbito técnico abarca ciertos elementos a nivel operativo y de procesos, los cuales se necesitan identificar de manera detallada para verificar todas las posibilidades técnicas que abarca la fabricación de un producto. En los siguientes puntos se detallarán cada una de las partes del estudio.

4.2.1 Localización

La localización de un proyecto es un factor estratégico y de suma importancia para desarrollarlo. Se deben tomar en cuenta factores como el clima, los servicios de transporte, acceso a servicios públicos y a los clientes, infraestructura disponible, disponibilidad de mano de obra y de materia prima. Afortunadamente Shamey's pretende desarrollarse en Alajuela, la cual es una provincia dentro del Gran Área Metropolitana (GAM) con fácil acceso sus otras provincias.

4.2.2 Macrolocalización

Esta será en la provincia de Alajuela centro, siendo el cantón y el distrito también Alajuela.

4.2.3 Microlocalización

Inicialmente se pretende ubicar en Montecillos de Alajuela, en una zona urbana sobre una calle principal a la par de la futura Plaza Trinidad,

4.2.4 Definición de máquinas y equipos

Se necesitan máquinas de coser especiales para confeccionar las prendas, de igual forma los respectivos muebles que se adecúen a ellas. Para este proyecto se contempla invertir en 4 máquinas industriales de costura, 2 overlock y 2 planas; para que las dos personas asignadas confeccionen prendas en su respectivo puesto personal. Estas son las características técnicas para cada una de ellas:

Máquina de coser plana

- Punto Recto
- Devanador Automático
- Rematador
- Para Material Liviano y Semi Pesado
- Regulador del Largo de Puntada
- Luz LED Incorporada Regulable
- Posicionador de Aguja

- Motor Direct drive (Ahorro energético)
- Interruptor de Seguridad
- Protección de Alto Voltaje
- Especial para Producción

Máquina overlock

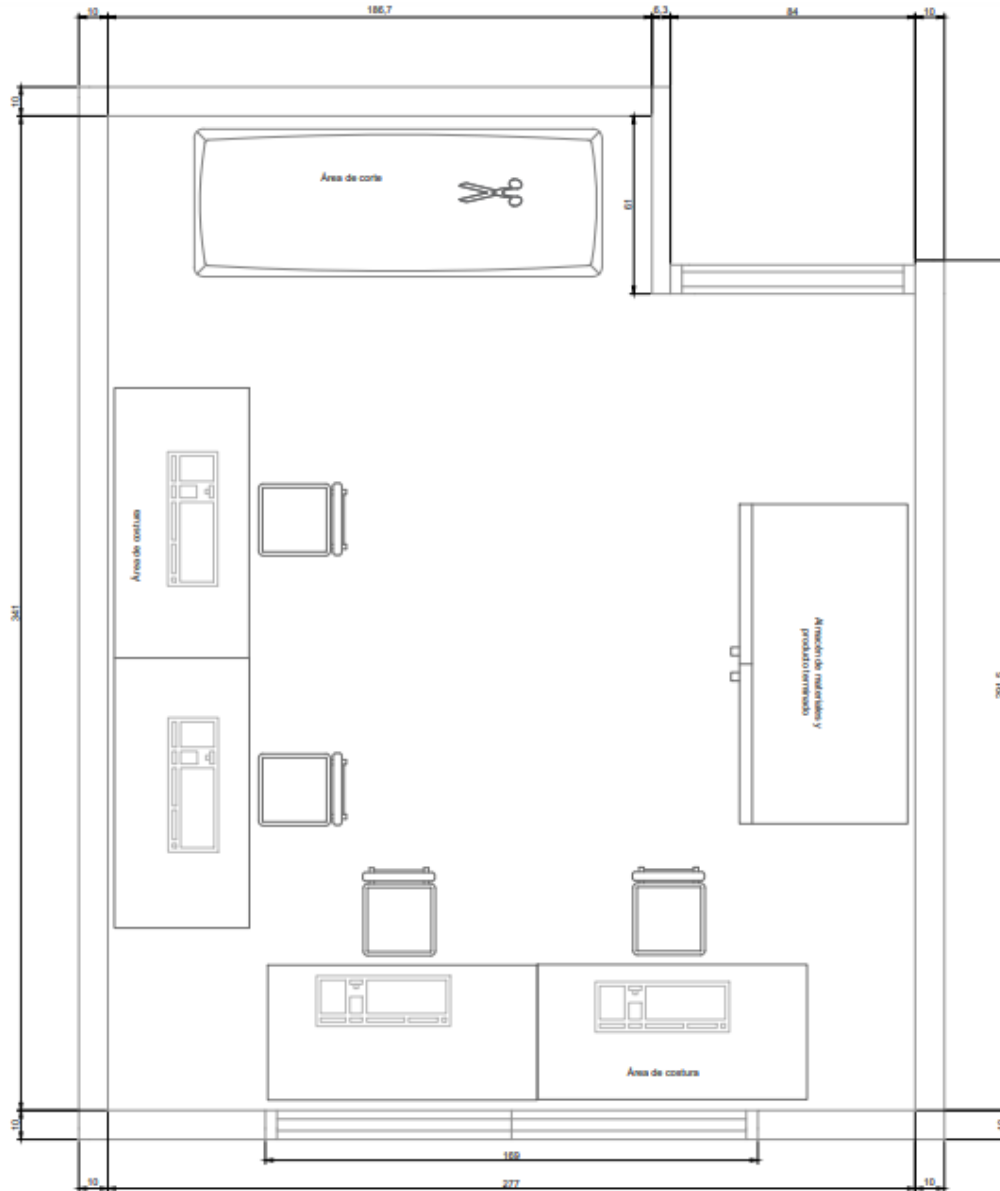
- Luz LED
- 4 Hilos, 2 Agujas
- Regulador de Velocidad
- Lubricación Automática
- Interruptor de Seguridad
- Especial para Telas Stretch
- Puede trabajar con 3 Hilos
- Motor Direct drive (Ahorro energético)
- 3 niveles de costura (liviano, medio, pesado)
- Evita fugas de aceite, mantiene limpia la costura

Primeramente, se hizo un análisis para determinar si se debe conseguir una máquina de coser casera o industrial, pero por cuestiones de rendimiento al pretender confeccionar prendas en altas cantidades se toma la decisión de optar por las industriales; ya que estas están diseñadas para ser más eficientes y duraderas para los objetivos de la empresa.

Se cotizaron las máquinas con distintas empresas, entre ellas Gollo, Importadora Monge, La Bobina, Amazon, incluso se contemplaron usadas en Mercado Libre, personas en Facebook, entre otros. Finalmente se encuentra y decide optar por un lugar que es distribuidor oficial de distintas máquinas de coser, además de poseer precios cómodos dentro del mercado. Las Overlock cuestan alrededor de ¢ 420 000 y las Planas valen ¢ 265 000. Cabe destacar que la parte atractiva de lo que ofrece este sitio; es que los muebles respectivos para las máquinas de coser vienen incluidos sin ningún costo.

4.2.5 Distribución de planta

El proyecto Shamey's pretende desarrollar operaciones dentro de un área de la casa de la dueña del emprendimiento. Este espacio es exclusivo para el área de producción, es por ello que se procedió a elaborar un plano para visualizar la respectiva distribución en el área.

Figura 17*Plano de la distribución de planta*

Nota: El plano demostrado es el lugar donde se llevarán a cabo las operaciones.

Elaboración propia

En el plano de la figura 17, se puede visualizar como se pretende acomodar todo el inmobiliario y equipo que implican las operaciones de confección de trajes de baño. Se tomaron las medidas del posible lugar y luego se hizo el acomodo de acuerdo con las dimensiones del espacio y los muebles.

Las medidas son las siguientes:

- Pared izquierda: 341 cm
- Pared derecha: 291.5 cm
- Pared superior: en el primer nivel 186.7 cm y el desnivel que se observa a la derecha, 90.3 cm
- Pared inferior: 277 cm

4.2.6 Materia Prima e insumos

Para elaborar un producto se debe definir muy bien los materiales que se usarán, tomando en cuenta elementos como; la calidad, el precio, las tendencias y otros factores. Una vez se haya hecho el estudio y sondeo respectivo, comparando las opciones; se tendrá una idea más clara de lo que se va a ofrecer al cliente todo lo que conlleva.

4.2.6.1 Tipo de tela

Para este tipo de prenda se utiliza la tela “lycra”, la cuál es la ideal para elaborar el traje de baño; la lycra posee subcategorías y estas se diferencian en su textura y calidad. Las más baratas por lo general son las que tienden a durar menos pues se destiñen, se le

hacen pelusas e incluso se estiran muy rápido, y por el otro lado están las más resistentes, las cuáles se pretenden utilizar en el emprendimiento.

A continuación, se encontrarán los principales tipos de lycra:

- Lycra brasileña
- Punto lycra
- Lycra Colombiana

La lycra brasileña es la más costosa debido a que es la de mayor calidad en todos sus sentidos. Sus precios varían aproximadamente entre los ¢ 5 000 y ¢ 7 000, dependiendo de las distribuidoras, también dependen de si el estilo es liso o estampado, que por lo general estos segundos son los más costosos. Esta lycra brasileña es la que se pretende utilizar para ofrecer un producto de alta calidad a los clientes.

4.2.6.2 Hilos

Los hilos son parte fundamental en la elaboración de prendas, este material es el encargado de unir las piezas de tela. Existen diferentes tipos y materiales de hilos, los cuales su uso dependen de cuál sea el tipo de producto que se va a elaborar. En este caso para la confección de trajes de baño se utilizan los siguientes modelos:

- Hilo estándar de poliéster en formato bobina
- Hilo estándar de poliéster en formato cono
- Hilo nylon

Estos hilos son los más adecuados y resistentes para utilizarlos en las elaboraciones de prendas, cada uno está diseñado para ser colocado en la máquina de coser respectiva.

Los hilos se pretenden adquirir por parte de pasamanerías ubicadas en Alajuela, de forma que se potencie el comercio local (encadenamientos productivos). Existen varias opciones, donde los hilos estándar de poliéster o nylon rondan los ₡ 450 y los paquetes de 8 hilos en formato de cono en ₡ 6000; y la unidad en ₡ 1500.

4.2.6.3 Etiquetas

Las prendas por lo general se identifican con una parte pequeña que hace alusión a la marca que las confecciona, usualmente estas son las etiquetas, que se pegan con una grapa, con pistolas o también se pueden coser. En la línea de trajes de baño de Shamey's se pretenden coser las etiquetas de manera que sean sólo visibles en la parte de adentro de la pieza inferior. Este etiquetado será personalizado con el logo del emprendimiento, que más adelante se mostrará. También en la etiqueta será visible la talla de la prenda, puesto que los clientes están acostumbrados a chequear esta información.

Para encontrar la mejor opción y que sea más accesible en cuanto a precio y unidades, se debe hacer un sondeo con varios proveedores de este producto. Entre las opciones consideradas, se analizan las ofertas de acuerdo con la cantidad de unidades al por mayor, optando así por el precio más competitivo. Hubo dos opciones, el primero ofrecía un paquete de 100 etiquetas de 7 cm x 2.5 cm, por un precio de ₡ 11 400, y la segunda empresa un paquete de 100 unidades de 6 cm x 2.5 cm, por ₡ 10. 000.

4.2.6.4 Calcomanías

Para el diseño de las bolsas se pretende conseguir calcomanías alusivas al diseño de la marca para pegarlas en las bolsas, esto para personalizar la entrega a los clientes. Las dimensiones son de 8 cm x 8 cm, y en cada hoja se imprimen 6 unidades, el valor por cada hoja es de ₡ 600.

4.2.6.5 Bolsa papel kraft

El empaque del producto serán las bolsas de papel Kraft de color beige, se hizo un sondeo de los diferentes tipos envoltura y su respectivo material; eligiendo este como la opción para Shamey's. Las medidas son de 13 cm x 27.5 cm x 9 cm y tienen un precio de ₡ 2648 por 100 unidades.

4.2.7 Diseño del producto

El producto en la parte de arriba puede ser “strapless” con espalda cerrada o “triangular” con tiras, y atrás de amarrar. La parte inferior del traje de baño puede ser tanga de “tiro alto” o “tiro normal”, y también tanga “hilo”; cabe mencionar que para los 2 primeros estilos puede ser con tiras en sus lados o sin ellas.

Inicialmente se ofrecerá esos estilos; y conforme se vaya consolidando el emprendimiento, tomando en cuenta las tendencias en cuánto a diseños, se procederá a introducir variedad de estilos de dos piezas con mayores detalles.

En las siguientes imágenes se muestran los diseños que se ofrecerán:

Figura 18

Estilo de dos piezas con tanga normal



Nota: Estilo triangular de tiras confeccionado. Elaboración propia

Figura 19

Estilo de dos piezas con tanga hilo



Nota: Traje de baño de dos piezas, triangular, con parte inferior hilo. Elaboración propia

Figura 20

Estilo de dos piezas con tanga alta



Nota: Vestido de dos piezas triangular con tiro alto. Elaboración propia

Figura 21

Estilo de dos piezas strapless



Nota: Diseño de dos piezas strapless con tanga estándar. Elaboración propia

4.2.8 Logo de la marca

Se quiso crear un diseño alusivo a la playa, ya que la mayoría cuando visualiza un vestido de baño piensa en playa; aunque por su puesto no solo es para utilizarlo en estos lugares, también es el vestuario de piscinas, ríos, etc.

Figura 22

Logo de Shamey's swimwear



Nota: Imagen oficial de Shamey's al público. Elaboración propia

Como se aprecia en la imagen es un diseño sencillo, con temática del mar; las figuras presentes son conchas, y los colores fueron elegidos por ser los favoritos de la creadora del proyecto. Por otro lado, aparte del nombre Shamey's se decidió poner swimwear, esto para recalcar en el logo que son trajes de baño.

4.2.9 Identificación y descripción del proceso

Para confeccionar los trajes de baño primeramente hay que tener el patrón respectivo de cada parte de la prenda y luego se procede con la elaboración de la ropa. Las prendas se fabrican de acuerdo con las tallas de los clientes; tomando en cuenta el tamaño del busto, cadera, cintura y tiro, las cuales se clasifican de acuerdo a las medidas universales. Estas mediciones se transforman en patrones para su forma física, dibujándolos en material cartulina, fieltro o papel periódico, basados en la tabla de medidas.

A continuación, se presenta la tabla de medidas para la confección de trajes de baño:

Tabla 6

Dimensiones de tallas

| TALLAS | BUSTO | CADERA | CINTURA | TIRO | TIRO ALTO |
|---------------|--------------|---------------|----------------|-------------|------------------|
| | CM | CM | CM | CM | CM |
| S | 72-80 | 78-85 | 60-66 | 42 | 50 |
| M | 80-88 | 85-91 | 64-70 | 45 | 53 |
| L | 88-95 | 91-97 | 68-74 | 49 | 58 |
| XL | 95-103 | 97-105 | 72-78 | 54 | 62 |

Nota: Distribución de medidas por cada parte del cuerpo. Elaboración propia

4.2.9.1 Elaboración del producto

Contando con las dimensiones de referencia de la tabla 6, se puede continuar con el primer elemento para poner en marcha la confección del traje de baño, el cuál es el patrón. A continuación, se representará de una forma más visual el proceso.

Figura 23

Diagrama de flujo del patrón



Nota: En la figura se puede identificar el proceso de patronaje. Elaboración propia

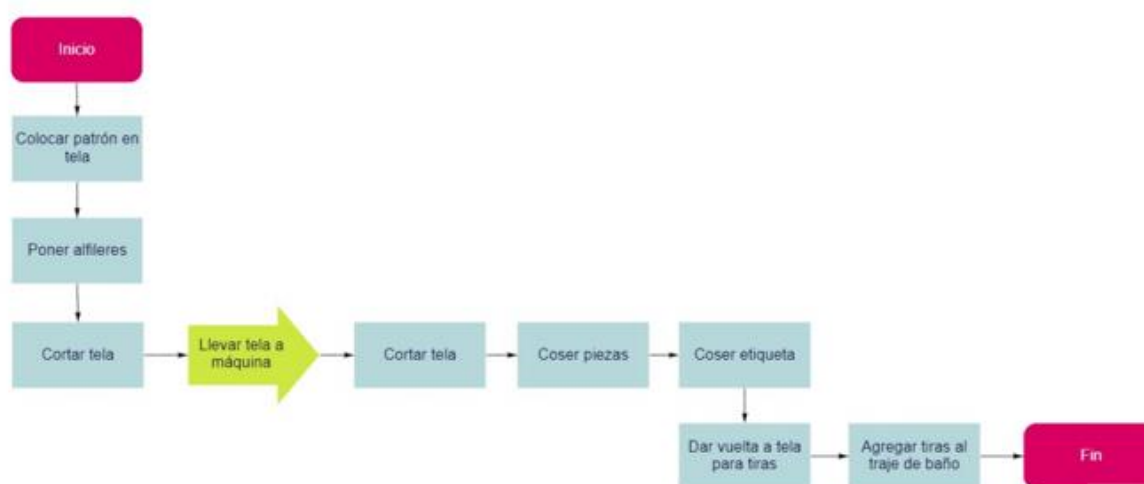
En el diagrama de flujo mostrado en la figura 23 se encuentran los pasos a seguir para diseñar el patrón correspondiente al traje de baño. Primeramente, se coloca el fieltro en una mesa con espacio, para extender este material por completo, luego se dibujan las

medidas utilizando las reglas respectivas para cada tipo de corte; y por último se procede a cortar la pieza.

Contando con el material de referencia (patrón), se puede proceder a realizar los cortes de tela; para esto se deben tener los materiales a mano y el manual para comenzar.

Figura 24

Diagrama de flujo del traje de baño con tiras



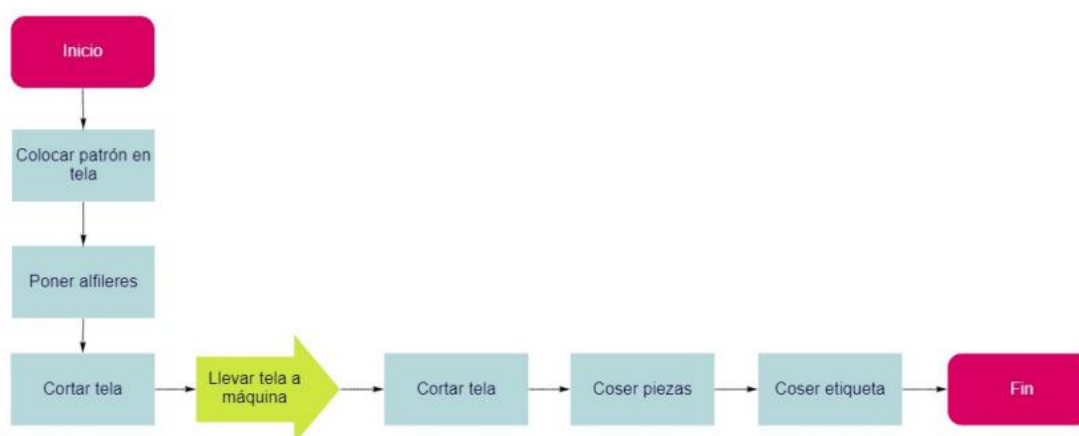
Nota: Proceso detallado de confección de un traje de baño con tiras. Elaboración propia

De acuerdo con la figura 24, el primer paso para confeccionar la prenda es colocar el patrón sobre la tela, esta debe estar doblada a la mitad puesto que se deben tener las piezas del frente y de atrás, luego para poner el patrón fijo sobre la tela, se colocan alfileres en sus bordes para lograr que no se mueva. Como tercer paso, se procede a cortar la tela de acuerdo con las dimensiones del patrón, y una vez se haya cortado en sus respectivas partes, se lleva a la máquina para unir sus piezas cosiéndolas. En esta misma

estación se cosen las etiquetas en parte inferior del vestido de baño. Luego de esto, la tela que se cosió específicamente para las tiras se debe voltear por medio de un palo de metal o plástico delgado, y por último se cosen al traje de baño.

Figura 25

Diagrama de flujo de vestido de baño sin tiras



Nota: Proceso detallado de confección de un vestido de baño sin tiras. Elaboración propia

En el caso de este diagrama lo que se omite son los dos pasos que implican agregar tiras al traje de baño, este se usará en el caso de que se quiera confeccionar una prenda strapless arriba, la cual no lleva tiras, y además de una pieza inferior sin tiras a sus lados, sino totalmente cerrada la tanga.

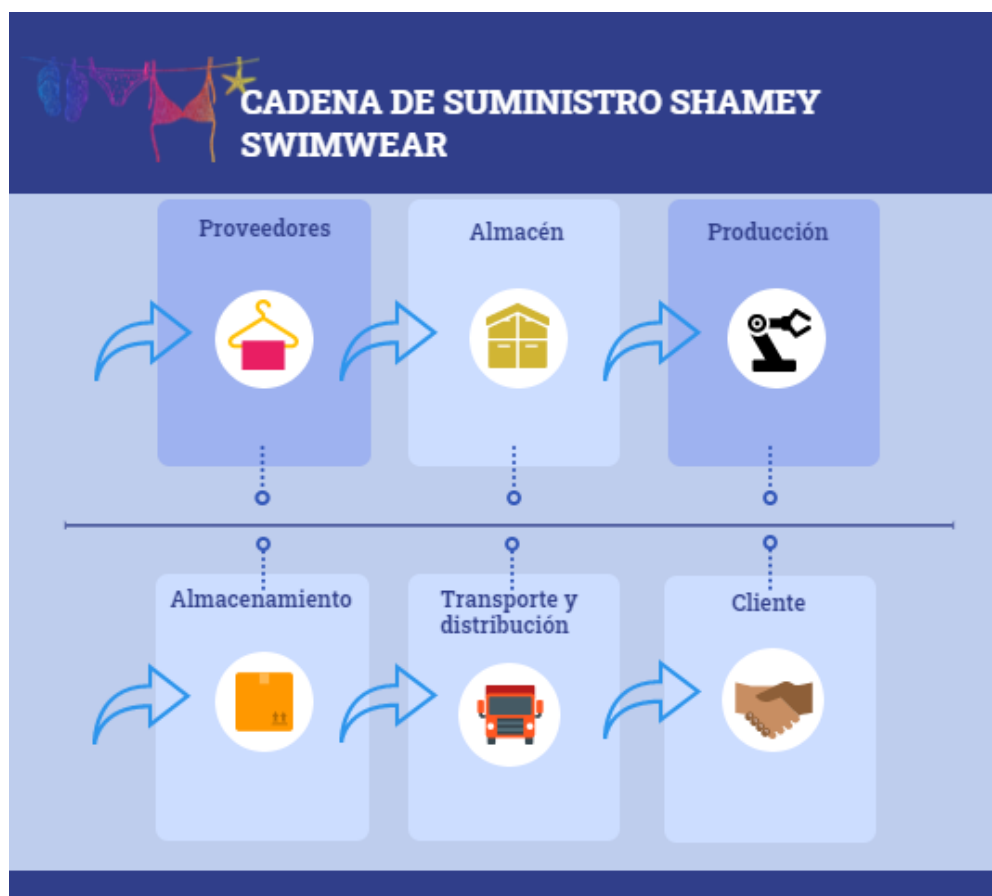
4.2.10 Cadena de suministro

Para apreciar de una mejor manera el proceso que conlleva la elaboración del traje de baño, se propone de una forma visual la cadena de suministro para Shamey's; donde

se enumerarán cada una de las partes que formarán parte de esta pequeña empresa y que son esenciales.

Figura 26

Cadena de suministro de Shamey's



Nota: Partes que implican la cadena de suministro. Elaboración propia

A continuación, se detallará quiénes son los encargados y las respectivas funciones dentro de cada parte de la cadena de suministro:

Tabla 7*Detalle de las partes de la cadena de suministro*

| | |
|----------------------------------|---|
| Proveedores | Encargados de suplir la materia prima para el vestido de baño, también los materiales de terminado y empaque. La Bobina serán los encargados de proveer los hilos, Kilogangas la tela, Ambideas las etiquetas, las bolsas de papel por Cajas el universo y las calcomanías se obtendrán de Kimberly (Distribuidora personal). |
| Almacén | Lugar donde se guarda la materia prima y los recursos materiales respectivos al sistema para la confección de la prenda. Ubicado en Alajuela |
| Producción | Parte del proceso en la cual se elaboran los vestidos de baño, donde la diseñadora y operario u operaria, son los encargados. |
| Almacenamiento | Una vez finalizada la prenda, en esta sección se procede a almacenar el producto terminado para después ser despachado. |
| Transporte y distribución | Elemento importante dentro del proceso, el cual se encarga del traslado de materia prima y de los productos terminados a los clientes. Este transporte será por Correos de Costa Rica y el mensajero que se contrate en ciertos casos. |
| Cliente | Elemento fundamental, por el cual se trabaja para satisfacer sus necesidades. Tanto hombres como mujeres serán los clientes. |

Nota: Definición de lo que se hace en la cadena de suministro y por parte de quiénes. Elaboración propia

4.3 Estudio financiero

En esta sección se procederá a realizar un análisis financiero para determinar cómo se podrían comportar las finanzas del emprendimiento Shamey's. Se utilizaron datos estimados y supuestas proyecciones, tomando de referencia los costos que implican el emprendimiento, así como también analizando el comportamiento de estacionalidad del producto.

4.3.1 Amortización

Primeramente, como parte importante y determinante para el proyecto, se toma la decisión de contemplar un préstamo como parte de la inversión inicial. Esto para poner en marcha la empresa, ya que se necesitan 2 tipos de máquinas de coser industriales, las cuáles son utilizadas para la confección de prendas. Se analizaron detalles como el tipo de préstamo, que en este caso sería personal porque para un crédito de negocios; una PYME debe estar inscrita en Hacienda y tener una antigüedad de al menos 3 años laborando. También se analizaron las tasas de interés de distintas entidades bancarias para ver cuál sería la más atractiva, y luego de comparar la oferta, se cotiza y se opta por la opción de préstamo que ofrece el Banco Popular. Cabe destacar que las tasas de otros bancos doblan la de esta entidad, por lo que se evidencia que es necesario estudiar las opciones.

Tabla 8*Amortización mes 0-38*

| Año | Saldo inicial | Interés | Pago | Amortización | Saldo final |
|------------|----------------------|----------------|-------------|---------------------|--------------------|
| 0 | ₡ 1 370 000,00 | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ 1 370 000,00 |
| 1 | ₡ 1 370 000,00 | ₡ 18 837,50 | ₡ 30 096,24 | ₡ 11 258,74 | ₡ 1 358 741,26 |
| 2 | ₡ 1 358 741,26 | ₡ 18 682,69 | ₡ 30 096,24 | ₡ 11 413,55 | ₡ 1 347 327,71 |
| 3 | ₡ 1 347 327,71 | ₡ 18 525,76 | ₡ 30 096,24 | ₡ 11 570,48 | ₡ 1 335 757,23 |
| 4 | ₡ 1 335 757,23 | ₡ 18 366,66 | ₡ 30 096,24 | ₡ 11 729,58 | ₡ 1 324 027,65 |
| 5 | ₡ 1 324 027,65 | ₡ 18 205,38 | ₡ 30 096,24 | ₡ 11 890,86 | ₡ 1 312 136,79 |
| 6 | ₡ 1 312 136,79 | ₡ 18 041,88 | ₡ 30 096,24 | ₡ 12 054,36 | ₡ 1 300 082,43 |
| 7 | ₡ 1 300 082,43 | ₡ 17 876,13 | ₡ 30 096,24 | ₡ 12 220,11 | ₡ 1 287 862,32 |
| 8 | ₡ 1 287 862,32 | ₡ 17 708,11 | ₡ 30 096,24 | ₡ 12 388,13 | ₡ 1 275 474,19 |
| 9 | ₡ 1 275 474,19 | ₡ 17 537,77 | ₡ 30 096,24 | ₡ 12 558,47 | ₡ 1 262 915,72 |
| 10 | ₡ 1 262 915,72 | ₡ 17 365,09 | ₡ 30 096,24 | ₡ 12 731,15 | ₡ 1 250 184,57 |
| 11 | ₡ 1 250 184,57 | ₡ 17 190,04 | ₡ 30 096,24 | ₡ 12 906,20 | ₡ 1 237 278,37 |
| 12 | ₡ 1 237 278,37 | ₡ 17 012,58 | ₡ 30 096,24 | ₡ 13 083,66 | ₡ 1 224 194,70 |
| 13 | ₡ 1 224 194,70 | ₡ 16 832,68 | ₡ 30 096,24 | ₡ 13 263,56 | ₡ 1 210 931,14 |
| 14 | ₡ 1 210 931,14 | ₡ 16 650,30 | ₡ 30 096,24 | ₡ 13 445,94 | ₡ 1 197 485,20 |
| 15 | ₡ 1 197 485,20 | ₡ 16 465,42 | ₡ 30 096,24 | ₡ 13 630,82 | ₡ 1 183 854,38 |
| 16 | ₡ 1 183 854,38 | ₡ 16 278,00 | ₡ 30 096,24 | ₡ 13 818,24 | ₡ 1 170 036,14 |
| 17 | ₡ 1 170 036,14 | ₡ 16 088,00 | ₡ 30 096,24 | ₡ 14 008,24 | ₡ 1 156 027,90 |
| 18 | ₡ 1 156 027,90 | ₡ 15 895,38 | ₡ 30 096,24 | ₡ 14 200,86 | ₡ 1 141 827,04 |
| 19 | ₡ 1 141 827,04 | ₡ 15 700,12 | ₡ 30 096,24 | ₡ 14 396,12 | ₡ 1 127 430,92 |
| 20 | ₡ 1 127 430,92 | ₡ 15 502,18 | ₡ 30 096,24 | ₡ 14 594,07 | ₡ 1 112 836,86 |
| 21 | ₡ 1 112 836,86 | ₡ 15 301,51 | ₡ 30 096,24 | ₡ 14 794,73 | ₡ 1 098 042,12 |
| 22 | ₡ 1 098 042,12 | ₡ 15 098,08 | ₡ 30 096,24 | ₡ 14 998,16 | ₡ 1 083 043,96 |
| 23 | ₡ 1 083 043,96 | ₡ 14 891,85 | ₡ 30 096,24 | ₡ 15 204,39 | ₡ 1 067 839,57 |
| 24 | ₡ 1 067 839,57 | ₡ 14 682,79 | ₡ 30 096,24 | ₡ 15 413,45 | ₡ 1 052 426,13 |
| 25 | ₡ 1 052 426,13 | ₡ 14 470,86 | ₡ 30 096,24 | ₡ 15 625,38 | ₡ 1 036 800,75 |
| 26 | ₡ 1 036 800,75 | ₡ 14 256,01 | ₡ 30 096,24 | ₡ 15 840,23 | ₡ 1 020 960,52 |
| 27 | ₡ 1 020 960,52 | ₡ 14 038,21 | ₡ 30 096,24 | ₡ 16 058,03 | ₡ 1 004 902,48 |
| 28 | ₡ 1 004 902,48 | ₡ 13 817,41 | ₡ 30 096,24 | ₡ 16 278,83 | ₡ 988 623,65 |
| 29 | ₡ 988 623,65 | ₡ 13 593,58 | ₡ 30 096,24 | ₡ 16 502,67 | ₡ 972 120,99 |
| 30 | ₡ 972 120,99 | ₡ 13 366,66 | ₡ 30 096,24 | ₡ 16 729,58 | ₡ 955 391,41 |
| 31 | ₡ 955 391,41 | ₡ 13 136,63 | ₡ 30 096,24 | ₡ 16 959,61 | ₡ 938 431,80 |
| 32 | ₡ 938 431,80 | ₡ 12 903,44 | ₡ 30 096,24 | ₡ 17 192,80 | ₡ 921 239,00 |
| 33 | ₡ 921 239,00 | ₡ 12 667,04 | ₡ 30 096,24 | ₡ 17 429,20 | ₡ 903 809,79 |
| 34 | ₡ 903 809,79 | ₡ 12 427,38 | ₡ 30 096,24 | ₡ 17 668,86 | ₡ 886 140,94 |
| 35 | ₡ 886 140,94 | ₡ 12 184,44 | ₡ 30 096,24 | ₡ 17 911,80 | ₡ 868 229,14 |
| 36 | ₡ 868 229,14 | ₡ 11 938,15 | ₡ 30 096,24 | ₡ 18 158,09 | ₡ 850 071,05 |
| 37 | ₡ 850 071,05 | ₡ 11 688,48 | ₡ 30 096,24 | ₡ 18 407,76 | ₡ 831 663,28 |
| 38 | ₡ 831 663,28 | ₡ 11 435,37 | ₡ 30 096,24 | ₡ 18 660,87 | ₡ 813 002,41 |

Nota: Datos financieros de los primeros 38 meses que son de interés para el deudor. Elaboración propia

Tabla 9*Amortización mes 39-72*

| Año | Saldo inicial | Interés | Pago | Amortización | Saldo final |
|------------|----------------------|----------------|-------------|---------------------|--------------------|
| 39 | ₡ 813 002,41 | ₡ 11 178,78 | ₡ 30 096,24 | ₡ 18 917,46 | ₡ 794 084,95 |
| 40 | ₡ 794 084,95 | ₡ 10 918,67 | ₡ 30 096,24 | ₡ 19 177,57 | ₡ 774 907,38 |
| 41 | ₡ 774 907,38 | ₡ 10 654,98 | ₡ 30 096,24 | ₡ 19 441,26 | ₡ 755 466,12 |
| 42 | ₡ 755 466,12 | ₡ 10 387,66 | ₡ 30 096,24 | ₡ 19 708,58 | ₡ 735 757,54 |
| 43 | ₡ 735 757,54 | ₡ 10 116,67 | ₡ 30 096,24 | ₡ 19 979,57 | ₡ 715 777,96 |
| 44 | ₡ 715 777,96 | ₡ 9 841,95 | ₡ 30 096,24 | ₡ 20 254,29 | ₡ 695 523,67 |
| 45 | ₡ 695 523,67 | ₡ 9 563,45 | ₡ 30 096,24 | ₡ 20 532,79 | ₡ 674 990,88 |
| 46 | ₡ 674 990,88 | ₡ 9 281,12 | ₡ 30 096,24 | ₡ 20 815,12 | ₡ 654 175,76 |
| 47 | ₡ 654 175,76 | ₡ 8 994,92 | ₡ 30 096,24 | ₡ 21 101,32 | ₡ 633 074,44 |
| 48 | ₡ 633 074,44 | ₡ 8 704,77 | ₡ 30 096,24 | ₡ 21 391,47 | ₡ 611 682,97 |
| 49 | ₡ 611 682,97 | ₡ 8 410,64 | ₡ 30 096,24 | ₡ 21 685,60 | ₡ 589 997,37 |
| 50 | ₡ 589 997,37 | ₡ 8 112,46 | ₡ 30 096,24 | ₡ 21 983,78 | ₡ 568 013,60 |
| 51 | ₡ 568 013,60 | ₡ 7 810,19 | ₡ 30 096,24 | ₡ 22 286,05 | ₡ 545 727,54 |
| 52 | ₡ 545 727,54 | ₡ 7 503,75 | ₡ 30 096,24 | ₡ 22 592,49 | ₡ 523 135,06 |
| 53 | ₡ 523 135,06 | ₡ 7 193,11 | ₡ 30 096,24 | ₡ 22 903,13 | ₡ 500 231,92 |
| 54 | ₡ 500 231,92 | ₡ 6 878,19 | ₡ 30 096,24 | ₡ 23 218,05 | ₡ 477 013,87 |
| 55 | ₡ 477 013,87 | ₡ 6 558,94 | ₡ 30 096,24 | ₡ 23 537,30 | ₡ 453 476,57 |
| 56 | ₡ 453 476,57 | ₡ 6 235,30 | ₡ 30 096,24 | ₡ 23 860,94 | ₡ 429 615,63 |
| 57 | ₡ 429 615,63 | ₡ 5 907,21 | ₡ 30 096,24 | ₡ 24 189,03 | ₡ 405 426,61 |
| 58 | ₡ 405 426,61 | ₡ 5 574,62 | ₡ 30 096,24 | ₡ 24 521,62 | ₡ 380 904,98 |
| 59 | ₡ 380 904,98 | ₡ 5 237,44 | ₡ 30 096,24 | ₡ 24 858,80 | ₡ 356 046,19 |
| 60 | ₡ 356 046,19 | ₡ 4 895,64 | ₡ 30 096,24 | ₡ 25 200,61 | ₡ 330 845,58 |
| 61 | ₡ 330 845,58 | ₡ 4 549,13 | ₡ 30 096,24 | ₡ 25 547,11 | ₡ 305 298,47 |
| 62 | ₡ 305 298,47 | ₡ 4 197,85 | ₡ 30 096,24 | ₡ 25 898,39 | ₡ 279 400,08 |
| 63 | ₡ 279 400,08 | ₡ 3 841,75 | ₡ 30 096,24 | ₡ 26 254,49 | ₡ 253 145,59 |
| 64 | ₡ 253 145,59 | ₡ 3 480,75 | ₡ 30 096,24 | ₡ 26 615,49 | ₡ 226 530,10 |
| 65 | ₡ 226 530,10 | ₡ 3 114,79 | ₡ 30 096,24 | ₡ 26 981,45 | ₡ 199 548,65 |
| 66 | ₡ 199 548,65 | ₡ 2 743,79 | ₡ 30 096,24 | ₡ 27 352,45 | ₡ 172 196,20 |
| 67 | ₡ 172 196,20 | ₡ 2 367,70 | ₡ 30 096,24 | ₡ 27 728,54 | ₡ 144 467,66 |
| 68 | ₡ 144 467,66 | ₡ 1 986,43 | ₡ 30 096,24 | ₡ 28 109,81 | ₡ 116 357,85 |
| 69 | ₡ 116 357,85 | ₡ 1 599,92 | ₡ 30 096,24 | ₡ 28 496,32 | ₡ 87 861,53 |
| 70 | ₡ 87 861,53 | ₡ 1 208,10 | ₡ 30 096,24 | ₡ 28 888,14 | ₡ 58 973,39 |
| 71 | ₡ 58 973,39 | ₡ 810,88 | ₡ 30 096,24 | ₡ 29 285,36 | ₡ 29 688,03 |
| 72 | ₡ 29 688,03 | ₡ 408,21 | ₡ 30 096,24 | ₡ 29 688,03 | -₡ 0,00 |

Nota: Datos monetarios del mes 39 al 72 que implica el préstamo, y que son de interés para el deudor. Elaboración propia

En la tabla 8 y 9, se realizó el análisis de amortización para una inversión de ₡1 370 000 que sería brindada por el Banco Popular como se mencionó anteriormente.

El período de pago del préstamo será por 6 años, en términos de meses 72, y con una tasa de interés del 16, 50%. La cuota por mes calculada es de ¢ 30 096,24, dando como resultado un pago total de ¢ 2 166 929,31 por todas las mensualidades y un monto de ¢796 929,31 referentes a los intereses que se incluyeron dentro de las cuotas, estas dos cantidades es el total de inversión al final del período de este crédito.

4.3.2 Análisis de sensibilidad y riesgo

Para hacer este análisis correspondiente a la evaluación del proyecto se toman en cuenta algunos conceptos, como; los costos variables, costos fijos, ventas, impuestos, depreciación, entre otros. Todos ellos, en cuestión de números hablando; se establecieron de acuerdo a los datos contemplados específicamente para Shamey's.

4.3.2.1 Insumos

En el primer caso están los insumos, los cuales son la materia prima para elaborar las prendas, también todos los otros productos dentro del proceso de confección y acabado; tomando en cuenta los materiales para la buena presentación y entrega del producto. Se dicen variables, puesto que estos dependen de la demanda del producto, son inciertos y no siempre se comportan igual. A continuación, se presenta el desglose de estos costos:

Tabla 10*Desglose monetario de Insumos*

| Material | Precio por unidad | Cantidad mensual | Precio por mes | Precio por año |
|-----------------------------|-------------------|------------------|---------------------|-----------------------|
| Tela | ₡ 6 400,00 | 20 | ₡ 128 000,00 | ₡ 1 536 000,00 |
| Hilos en forma de cono | ₡ 1 500,00 | 4 | ₡ 6 000,00 | ₡ 72 000,00 |
| Hilos torzal | ₡ 200,00 | 4 | ₡ 800,00 | ₡ 9 600,00 |
| Etiquetas | ₡ 100,00 | 100 | ₡ 10 000,00 | ₡ 120 000,00 |
| Bolsa papel kraft (13x27x9) | ₡ 26,48 | 100 | ₡ 2 648,00 | ₡ 31 776,00 |
| Calcomanías (8x8) | ₡ 100,00 | 42 | ₡ 4 200,00 | ₡ 50 400,00 |
| Total | | | ₡ 151 648,00 | ₡ 1 819 776,00 |

Nota: Materiales requeridos que conlleva el sistema para la confección de trajes de baño. Elaboración propia

En la tabla 10, se desglosaron los precios por unidad de cada material, también la cantidad mensual necesaria para suplir el inventario; cabe mencionar que en el caso de las etiquetas, bolsas de papel Kraft y calcomanías, los productos suelen adquirirse en paquetes de 100 y 42 como se visualiza en la tabla, esto debido a que para el proveedor es más rentable elaborar cierta cantidad de productos en específico por su uso de recursos respectivo, beneficiando de igual forma a la empresa con sus precios atractivos. También se determinó la cantidad por mes porque se considera conseguir los recursos materiales de esa forma, puesto que los objetivos del emprendimiento se desean establecer por mes. Por último, se encuentran los precios mensuales y anuales; estos segundos son los requeridos para el análisis de sensibilidad, ya que se realizará por años y no por mes.

4.3.2.2 Gastos fijos

Ahora se tienen los costos fijos, los cuales independientemente de la demanda siempre se tendrán que pagar mes a mes. Primeramente, uno de los conceptos de gastos fijos son los salarios, que se pagarán cada semana específicamente a la diseñadora y al

respectivo operario; para el contador su pago será por mes. En la siguiente tabla se desglosan los montos y conceptos referentes a los salarios:

Tabla 11

Desglose de salarios

| Desglose salarios 3 días x semana 5 hora | | |
|---|---------------------|-----------------------|
| | Mes | Año |
| Diseñadora | ₡ 150 000,00 | ₡ 1 800 000,00 |
| Operario | ₡ 102 000,00 | ₡ 1 224 000,00 |
| Contador | ₡ 30 000,00 | ₡ 360 000,00 |
| Total | ₡ 282 000,00 | ₡ 3 384 000,00 |
| Otros asuntos | | |
| Cargas sociales | 26,50% | ₡ 801 360,00 |
| Aguinaldo | - | ₡ 252 000,00 |
| Vacaciones | - | ₡ 252 000,00 |
| Total salarios | | ₡ 4 689 360,00 |

Nota: Obligaciones de pago que tendrá Shamey's con sus empleados. Elaboración propia

En la tabla 11 anterior, se muestran los salarios mensuales y anuales de los empleados contemplados para la empresa. A la diseñadora se le remunerará ₡ 2500 por hora y al operario ₡ 1700; tomando en cuenta un horario de 5 horas, 3 veces a la semana. Para el caso del contador, se contratará por servicios profesionales cada mes para poner en orden las finanzas de la empresa para cuestiones legales siendo la remuneración de ₡ 30 000 al mes.

Para el análisis se deben tomar los datos anuales, es por ello que también como se muestra en la tabla; se deben contemplar las cargas sociales por el patrono, que es un

aporte del 26,50%, también los aguinaldos y las vacaciones por año. La suma de todos estos conceptos da un total de ₡ 4 689 360,00.

Entre los costos fijos también se deben contemplar los siguientes conceptos a continuación:

Tabla 12

Desglose de costos fijos

| | Mensual | Anual |
|-----------------|--------------|----------------|
| Luz | ₡ 10 000,00 | ₡ 120 000,00 |
| Internet | ₡ 9 900,00 | ₡ 118 800,00 |
| Agua | ₡ 4 000,00 | ₡ 48 000,00 |
| Salarios | ₡ 282 000,00 | ₡ 4 689 360,00 |
| Préstamo | ₡ 30 096,24 | ₡ 361 154,88 |
| Telefono | ₡ 9 000,00 | ₡ 108 000,00 |
| Total | ₡ 335 996,24 | ₡ 5 337 314,88 |

Nota: Gastos mensuales inherentes al negocio. Elaboración propia

Todos los gastos que se visualizan en la tabla 12 se pagan constantemente cada mes sin importar como se comporte la demanda durante los períodos. Los datos estimados de la luz y el agua se obtuvieron por medio de un conocido que cuenta con un negocio de costura. El teléfono y el internet se cotizaron con las respectivas compañías que brindan el servicio; y para el préstamo se tomó el dato de las tablas 8 y 9. Cabe mencionar que, para este último concepto se contempló como costo fijo, puesto que se pagará constantemente durante la vida del proyecto, que son 6 años. Se desglosó el costo estimado mensual y anualmente para un mejor análisis en ambos casos.

4.3.2.3 Capital de Trabajo

Para este concepto se cuentan los insumos y los costos fijos, es decir la cantidad monetaria con la que se cuenta y debe contar para poner en marcha el proyecto. El siguiente es el monto calculado como capital de trabajo:

Tabla 13

Total capital de trabajo

| | |
|---------------------------|-----------------------|
| Insumos | ₺ 1 819 776,00 |
| Costos fijos | ₺ 4 976 160,00 |
| Capital de trabajo | ₺ 6 795 936,00 |

Nota: Cantidad de dinero inicial para la inversión. Elaboración propia

Los datos anteriores son anuales; y cabe destacar que, aunque el préstamo se incluyó como costo fijo (Ver tabla 12) no fue contemplado en el capital de trabajo, puesto que no se cuenta con ese dinero propiamente.

4.3.2.4 Análisis flujo efectivo

Para el flujo de caja o efectivo se toman todos los conceptos mencionados anteriormente y los necesarios para hacer el respectivo análisis. Cabe destacar que un concepto determinante dentro del flujo son las ventas, porque a partir de ello Shamey's va a depender para seguir desarrollando las operaciones y mantenerse firme con todas las obligaciones financieras; ya que no es un secreto que sin dinero no se puede poner en marcha un proyecto como este. En la siguiente tabla se presentan las ventas obtenidas a partir de los pronósticos elaborados.

Tabla 14*Ventas pronosticadas por año*

| Año | Unidades por año | Ventas |
|-----|------------------|----------------|
| 1 | 415 | € 7 885 000,00 |
| 2 | 387 | € 7 353 000,00 |
| 3 | 419 | € 7 961 000,00 |
| 4 | 395 | € 7 505 000,00 |
| 5 | 370 | € 7 030 000,00 |
| 6 | 413 | € 7 847 000,00 |

Nota: Datos de ventas para 6 años. Elaboración propia

Se contemplaron las unidades pronosticadas en las tablas 4 y 5 para cada año del proyecto, luego se multiplicaron por el precio establecido para los trajes de baño (€ 19 000) y de esa manera se pudo obtener los datos potenciales de las ventas.

Tabla 15*Flujo de caja de Shamey's*

| Detalle/Mes | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ventas (+) | | € 7 885 000,00 | € 7 353 000,00 | € 7 961 000,00 | € 7 505 000,00 | € 7 030 000,00 | € 7 847 000,00 |
| Costos variables(-) | | € 2 365 500,00 | € 2 388 300,00 | € 2 205 900,00 | € 2 251 500,00 | € 2 109 000,00 | € 2 354 100,00 |
| Costos fijos (-) | | -€ 5 337 314,88 | -€ 5 337 314,88 | -€ 5 337 314,88 | -€ 5 337 314,88 | -€ 5 337 314,88 | -€ 5 337 314,88 |
| Intereses (-) | | -€ 226 050,00 | -€ 201 185,98 | -€ 172 219,40 | -€ 138 473,34 | -€ 99 159,17 | -€ 53 358,17 |
| Depreciación (-) | | -€ 105 000,00 | -€ 105 000,00 | -€ 105 000,00 | -€ 105 000,00 | -€ 105 000,00 | -€ 105 000,00 |
| Utilidad Antes Imp. | | € 4 582 135,12 | € 4 097 799,14 | € 4 097 801,14 | € 4 175 711,78 | € 3 597 525,95 | € 4 705 426,95 |
| Impuesto Renta (-) | | -€ 687 320,27 | -€ 614 669,87 | -€ 614 670,17 | -€ 626 356,77 | -€ 539 628,89 | -€ 705 814,04 |
| Utilidad Neta | | € 3 894 814,85 | € 3 483 129,27 | € 3 483 130,97 | € 3 549 355,01 | € 3 057 897,06 | € 3 999 612,91 |
| Depreciación (+) | | € 105 000,00 | € 105 000,00 | € 105 000,00 | € 105 000,00 | € 105 000,00 | € 105 000,00 |
| Flujo operativo | | € 3 999 814,85 | € 3 588 129,27 | € 3 588 130,97 | € 3 654 355,01 | € 3 162 897,06 | € 4 104 612,91 |
| Amortización (-) | | -€ 150 691,01 | -€ 175 555,03 | -€ 204 521,61 | -€ 238 267,67 | -€ 277 581,84 | -€ 323 382,84 |
| Valor Rescate maquilnaria(+) | | € - | € - | € - | € - | € - | € 320 000,00 |
| Recuperación CT (+) | | € - | € - | € - | € - | € - | € 6 795 936,00 |
| Flujo Neto | -€ 6 795 936,00 | € 3 849 123,84 | € 3 412 574,24 | € 3 383 609,36 | € 3 416 087,34 | € 2 885 315,22 | € 10 897 166,07 |
| Flujo Neto Acumulado | -€ 6 795 936,00 | € 3 849 123,84 | € 7 261 698,08 | € 10 645 307,44 | € 14 061 394,78 | € 16 946 710,00 | € 27 843 876,06 |
| Flujo Neto Descontado | € 6 795 936,00 | € 2 960 864,49 | € 2 019 274,70 | € 1 540 104,40 | € 1 196 057,13 | € 777 099,28 | € 2 257 633,58 |
| Flujo Neto Desc. Acumulado | € 6 795 936,00 | € 2 960 864,49 | € 4 980 139,19 | € 6 520 243,59 | € 7 716 310,72 | € 8 493 410,00 | € 10 751 043,57 |

Nota: Flujo de caja que muestra el comportamiento de las finanzas por 6 años.

Elaboración propia

Como se muestra en el flujo de caja, la inversión inicial es de ₡ 6 795 936 , y tomando en cuenta los costos, ventas, impuestos, amortización y lo que implica la maquinaria, se obtiene un flujo neto de ₡ 3 849 123, 84 para el primer año, luego para los siguientes 3 años se evidencia un pequeño descenso en los montos pero estos se mantienen constantes; para el año 5 disminuye de manera significativa en ₡ 2 885 315, 22, pero esto es debido a que los pronósticos de ventas para este quinto año fueron los más bajos; por último, el 6 año es el que presenta el flujo neto más alto con un monto de ₡ 10 897 166, 07.

Con los flujos obtenidos gracias a la tabla 15, se obtuvieron indicadores para determinar si la evaluación del proyecto es factible.

Tabla 16

Indicadores de evaluación de proyectos

| | |
|------------|-----------------|
| PR | 1,9 |
| PRD | 3,2 |
| VAN | ₡ 17 546 979,57 |
| TIR | 52% |
| CB | ₡ 2,58 |
| ID | 3,58 |

Nota: Indicadores para determinar la viabilidad del proyecto. Elaboración propia

Para el período de recuperación (PR) se tiene 1.86 años, y el período de recuperación descontado (PRD) es de 3.18 años; lo cual es positivo porque se recupera la inversión inicial mucho antes de cumplir la vida del proyecto. Con respecto al VAN se puede determinar que es viable puesto que el valor es positivo y mayor a 0; el TIR también debido a que la tasa de rentabilidad fue del 52%, siendo mayor al costo capital del 30%.

El costo beneficio (CB) demuestra que el proyecto es rentable porque se ganan 2.58 sobre cada colón invertido, y el índice de deseabilidad (ID) es mayor a 1 por lo que se acepta.

4.4 Indicadores

Como propuesta se contemplan indicadores, los cuales ayudarán al emprendimiento Shamey's a medir factores determinantes en el desempeño, de manera general. De tal modo, que se tendrá una mejor visibilidad del panorama para poder mantener estos indicadores en orden y en control.

4.4.1 Cuadro de mando integral

Primeramente, se propone la herramienta del “Cuadro de mando integral” o “Balanced Scorecard” el cual contiene cuatro objetivos: financieros, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento. A cada uno de ellos se les define las metas, los indicadores, la fórmula respectiva para obtener los datos y la frecuencia con la que se van a aplicar. A continuación, se presenta el cuadro propuesto.

Tabla 17

Balanced Scorecard Shamey's

BALANCED SCORECARD



| Objetivos | Metas | Indicadores | Fórmula | Frecuencia |
|---------------------------|-------------|---------------------------------------|--|------------|
| Financiera | 10% | Aumento de ventas | $\frac{Vtas. actuales - Vtas. anteriores}{Total de clientes} \times 100$ | Cada año |
| Clientes | 80% | Satisfacción del cliente | $\frac{Clientes satisfechos}{Total de clientes} \times 100$ | Cada mes |
| Procesos internos | 10% o menos | Calidad del producto | $\frac{Total devoluciones}{Total unidades} \times 100$ | Cada mes |
| Aprendizaje y crecimiento | 80% | Mejora en la eficiencia de producción | $\frac{Tasa salida real}{Tasa estándar} \times 100$ | Cada mes |

Nota: Cuadro que representa los objetivos de Shamey's en un período de tiempo determinado. Elaboración propia

Para el primer objetivo se tiene una meta del 10%, en donde el indicador será el aumento de ventas y se medirá cada año, esto porque los análisis financieros ocupan ser evaluados con respecto a un período de tiempo para estudiar el comportamiento y poder hacer comparaciones. Para el segundo la meta es lograr el 80% de satisfacción de los clientes; se pretende analizar el indicador cada mes, esto debido a que el cliente es el que permite que la empresa desarrolle sus operaciones; por lo que hay que mantenerlos satisfechos con el producto y estar constantemente pendiente de ellos.

Con respecto a los procesos se pretende lograr 10% o menos de devoluciones, lo que logrará indicar al negocio que los productos son de calidad, y se medirá cada mes. Para el aprendizaje y crecimiento, se plantea la mejor en eficiencia de producción, teniendo como meta que esta eficiencia sea del 80%; de igual forma se analizará cada mes para mantener el control a los operarios y que su rendimiento sea el esperado.

4.4.2 Net promoter score (NPS)

Esta herramienta funciona para medir la satisfacción del cliente con respecto al producto o servicio brindado, en este caso al primero. El objetivo de NPS es conocer cuáles son las posibilidades de que el cliente recomiende la marca o producto a otros. Se utiliza la siguiente clase de pregunta:

¿Qué tan probable es que recomiende el producto a un amigo o familiar?

Para contestar la pregunta anterior se hace por medio de una escala del 0 al 10, y que contiene los siguientes conceptos y grupos:

- **Promotores:** Son los clientes que dan una puntuación 9-10, la cual es bastante alta y refleja que están satisfechos con la marca; además son considerados fieles al producto.
- **Pasivos:** Consumidores cuyo puntaje es de 7-8, lo que significa que están satisfechos con el producto, pero en cualquier momento pueden irse con la competencia.

- **Detractores:** Son los consumidores que otorgan una calificación de 0-10, evidenciando que no están para nada satisfechos con el producto y que por lo general dan comentarios negativos de la marca.

La fórmula para calcular el NPS se muestra a continuación:

NPS: % Promotores - % Detractores

Los resultados pueden estar en un rango de entre -100 y 100. Cuando es inferior a 0 se evidencia que la empresa necesita comprender y mejorar la manera de satisfacer al cliente; si es superior a 0 se considera bueno, cuando es mayor de 50 se percibe como excelente y cuando es superior a 70 es considerado altamente extraordinario.

Figura 27

Encuesta NPS de Shamey's swimwear



¿Recomendaría Shamey a un amigo o familiar?

Nota: Propuesta personalizada para el indicador NPS. Elaboración propia

En la figura anterior se puede apreciar el ejemplo de lo que sería la encuesta NPS para el emprendimiento Shamey's. A la hora de aplicar este indicador es recomendable establecer períodos de tiempo estratégicos para ejecutar la encuesta; por ejemplo, se

puede y se pretende aplicar de manera trimestral para brindar un tiempo prudencial de manera que el cliente pruebe el producto y pueda dar una opinión de acuerdo a la satisfacción obtenida.

CAPÍTULO V:
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Con la metodología desarrollada a lo largo del proyecto, fue posible conocer detalles importantes que implica un emprendimiento y que se desconocían al inicio; logrando así estar listos para atender un mercado de trajes de baño en la región de Alajuela. Además, se pudo concretar la información organizacional e imagen de Shamey's para presentarlo formalmente al público cuando llegue el momento.
- Identificar las características y especificaciones del producto y su proceso permitió crear estándares y herramientas de calidad para seguir un lineamiento y así poder confeccionar los trajes de baño.
- De acuerdo con el análisis de las encuestas, el estilo de traje de baño más gustado es el de dos piezas por lo que se pudo determinar que la elección del producto a ofrecer fue acertada. Además, esta herramienta ayudó en factores como; fijar un precio justo, estimar una demanda a lo largo de un período y dar visibilidad de cómo el cliente quiere acceder al producto.
- El equipo y los materiales necesarios para confeccionar la prenda fueron analizados detalladamente y elegidos, tomando en cuenta las necesidades del emprendimiento en función a la factibilidad y a la calidad que se desea. Con respecto al análisis de los recursos financieros; se pudieron establecer los pasivos y activos, tomando en cuenta los recursos necesarios. Con esos datos se pudo determinar que el proyecto es viable gracias a los resultados positivos de todos los

indicadores de evaluación de proyectos analizados, logrando confiabilidad para definitivamente desarrollarlo.

- Con respecto al recurso físico, se utilizará un cuarto dentro de la casa de la autora intelectual del proyecto para desarrollar las operaciones de confección allí, y mediante a la toma de medidas se pudo establecer la distribución de planta con respecto a las dimensiones del equipo y su inmobiliario.
- Conociendo los requerimientos legales que conlleva un negocio, ya se puede comenzar a realizar los trámites respectivos para estar en línea con el marco legal del país, una vez el emprendimiento se encuentre dentro del mercado.
- Al contar con los procesos debidamente detallados para la elaboración de trajes de baño, se puede iniciar con la confección usando esa guía. Además, se logró identificar la cadena de suministro para Shamey's; lo cual es efectiva para tener presente de una forma amplia cuáles son los procesos y lo que implican, en caso de que se pierda la noción de las funciones de cada una sus partes.
- Al implementar indicadores se puede tener la certeza que se llevará un control de cómo se está comportando Shamey's en el mercado, principalmente a partir del grado de satisfacción del cliente con respecto al producto otorgado. También se podrá identificar el comportamiento de los procesos internos de la empresa, evaluando así la eficiencia y eficacia de ellos.

Recomendaciones

- Se recomienda que todo aquel que desee implementar un emprendimiento por primera vez, siga los lineamientos de la metodología del presente proyecto para garantizar el éxito en sus operaciones.
- Es recomendable hacer estudios de mercado cada cierto tiempo para conocer cómo se está comportando este mercado en tiempo real, y de igual forma estar actualizados con las tendencias del momento para determinar si los gustos del cliente han cambiado.
- Se recomienda en caso de introducción de nuevos productos en el futuro, mantener actualizados los esquemas de estandarización para tener la documentación y guías para que las operaciones de la marca sean eficientes.
- Se sugiere una vez la empresa esté consolidada dentro del mercado, analizar si es momento de movilizarse a un lugar físico, para mayor comodidad de las operaciones y de accesibilidad al cliente; tomando en cuenta la viabilidad de Shamey's con respecto a las finanzas.
- Es recomendable ir aumentando las metas de los indicadores después de un período determinado, y en caso de evidenciarse deficiencias en la parte interna o externa; se debe analizar la implementación de otros indicadores.

Bibliografía

- Carreño Solís, A. J. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Lima, Perú: Fondo Editorial. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/59-Cadena-de-suministros-y-logisti-Adolfo-Joseph-Carreno-Solis.pdf>
- Alvarado, V. M. (2014). *Ingeniería económica nuevo enfoque*. México: Grupo Editorial Patria.
- Amat Rodrigo, J. (Enero de 2016). *Ciencia de datos*. Obtenido de https://www.cienciadedatos.net/documentos/8_analisis_normalidad
- Arboleda Vélez, G. (2016). *Proyectos Identificación, formulación, evaluación y gerencia 2 edición*. México: Alfaomega.
- Azuaje, D. (2015). *Creativiu*. Obtenido de <http://es.creativiu.com/blogs-de-costura/patrones-de-costura/>
- Bembibre, C. (Mayo de 2020). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/tecnologia/costura.php>
- Bermúdez Gómez, H. (29 de Noviembre de 2017). *Meic*. Obtenido de <https://www.meic.go.cr/meic/documentos/gxtqb0nqr/FormalizaEmprendePYME291117.pdf>
- Carpio, O. (15 de Junio de 2020). *Asejim*. Obtenido de <https://www.asesoriasjimenez.com/post/permiso-de-funcionamiento-en-costarica>
- Carrillo Flores, A. L. (Septiembre de 2015). *POBLACIÓN Y MUESTRA*. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/oca/bitstream/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Caurin, J. (Febrero de 2018). *Emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>

- Cuartin, A. (24 de Noviembre de 2020). *Lemontech*. Obtenido de <https://blog.lemontech.com/que-son-indicadores-y-cuantos-tipos-existen-ejemplos/>
- Donoso Sanchez, A. (Junio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-residual.html#referencia>
- Estadística*. (17 de Septiembre de 2015). Obtenido de <http://estadisticaproyectos.blogspot.com/2015/09/como-calcular-la-muestra-de-una.html>
- Etecé, E. (Agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/diagrama-de-flujo/>
- Galán, J. S. (25 de Junio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- García Colin, J. (2014). *Contabilidad de costos 4 edición*. México: McGraw-Hill/interamericana.
- Gardey, A., & Pérez Porto, J. (2015). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/amortizacion/>
- González, Y. (Octubre de 2020). *Youtube*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=gzTRhLbj_-Y&t=238s
- Humbertocd. (25 de Mayo de 2021). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.mx/blog/como-comenzar-invertir-bolsa/3325108-concepto-activo-pasivo-patrimonio-empresa>
- La guía de Sevilla*. (7 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://laguiadesevilla.es/blog/la-estacionalidad-en-marketing/>
- Mecalux*. (02 de Julio de 2021). Obtenido de <https://www.mecalux.es/blog/push-pull-sistema>

- Meza Orozco, J. (2014). *Evaluación financiera de proyectos 4 edición*. Bogotá: Eco ediciones.
- Oviedo, G. L. (2014). *Estadística y probabilidad con aplicaciones* (2014 ed.). San José, Costa Rica: Publitex Grupo Editorial S.A.
- Paez, L. (2019). *LauraPaez*. Obtenido de <https://laurapaez.com/tipos-de-patronaje-o-metodos-para-hacer-moldes/>
- Ramírez Carrillos, C. L. (2016). *Análisis y comparación de proyectos de inversión mediante el método de valor actual neto*. Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8816/1/ECUACE-2016-EC-CD00012.pdf>
- Ramírez, P. (2021). *Economia3*. Obtenido de <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>
- Rivas, H. (19 de Diciembre de 2017). *Satisfacción del cliente*. Obtenido de <https://satisfacciondelcliente.com/que-es-el-net-promoter-score/>
- Rivera, H. (Junio de 2019). *World trade center Monterrey*. Obtenido de <https://wtcmonterrey.uanl.mx/capital-de-trabajo-para-que-sirve/>
- Westreicher, G. (30 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/industria-textil.html>

Anexos

Anexo 1. Máquina de coser plana industrial



Anexo 2. Máquina de coser Overlock industrial Jack



Anexo 3. Máquina de coser Overlock industrial Jack**Anexo 4. Hilo nylon**

Anexo 5. Hilo poliéster formato bobina**Anexo 6. Hilo poliéster en forma de cono**

Anexo 7. Encuesta

Encuesta estudio del mercado

La siguiente encuesta recopila información para una investigación referente al comportamiento del mercado para el desarrollo de un emprendimiento de una línea de trajes de baño femeninos.

Seleccione solamente una opción.

1. ¿Género?

Marca solo un óvalo.

- Mujer
- Hombre
- Otro

2. ¿Rango de edad?

Marca solo un óvalo.

- Menor de 20 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Entre 31 y 35 años
- Entre 36 y 40 años
- Entre 41 y 45 años
- Más de 45 años

3. ¿Provincia?

Marca solo un óvalo.

- San José
- Alajuela
- Heredia
- Cartago
- Guanacaste
- Puntarenas
- Limón

4. ¿Cuál es su talla de prendas?

Marca solo un óvalo.

- S
- M
- L
- XL

5. ¿Con qué frecuencia compra trajes de baño?

Marca solo un óvalo.

- Una vez al mes
- Una vez cada tres meses
- Una vez cada seis meses
- Rara vez

6. ¿Presupuesto para la compra trajes de baño?

Marca solo un óvalo.

- €10 000 - €15 000
- €15 000 - €20 000
- €20 000 - €25 000
- Más de €25 000

7. ¿Tipo de traje de baño preferido?

Marca solo un óvalo.

- Dos piezas
- Una pieza

8. ¿Tipo de tela preferido?

Marca solo un óvalo.

- Liso
- Estampado

9. ¿Método de compra preferido?

Marca solo un óvalo.

- Tienda física
- Instagram
- Facebook
- Sitio web

10. ¿Método de pago preferido?

Marca solo un óvalo.

- Efectivo
 Sinpe móvil
 Transferencia bancaria
 Tarjeta de crédito

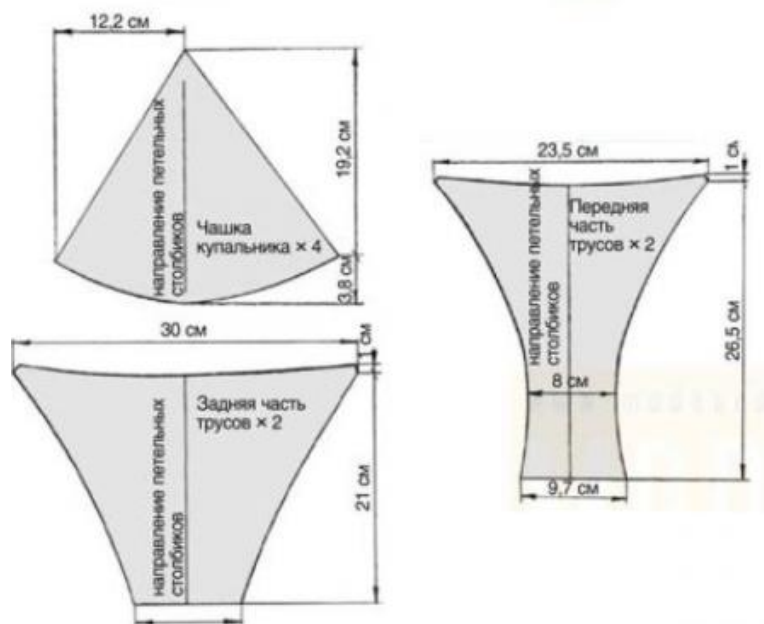
11. ¿Método de entrega preferido?

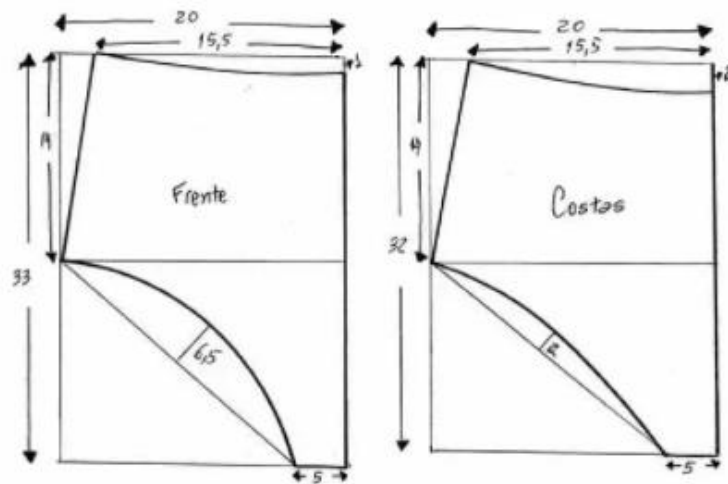
Marca solo un óvalo.

- Presencial
 Express
 Correos de Costa Rica
 Uber

GRACIAS POR SU TIEMPO.

Anexo 8. Patrón de pieza superior triangular y tanga normal



Anexo 9. Patrón de pieza inferior tanga de tiro alto**Anexo 10. Bolsa Papel kraft**

Anexo 11. Porcentajes de impuesto de la renta

| | |
|---|-----------|
| Hasta ¢3.628.000,00 | No sujeto |
| Sobre el exceso de ¢3.628.000,00 hasta ¢5.418.000,00 | 10% |
| Sobre el exceso de ¢5.418.000,00 hasta ¢9.038.000,00 | 15% |
| Sobre el exceso de ¢9.038.000,00 hasta ¢18.113.000,00 | 20% |
| Sobre el exceso de ¢18.113.000,00 | 25% |

Anexo 12. Etiquetas 1.2 cm x 6 cm



Anexo 13. Feltro