

ESTRATEGIA DISEÑO DE MODA COSTA RICA

AGOSTO 2024



MINISTERIO DE
CULTURA Y JUVENTUD

GOBIERNO
DE COSTA RICA

MINISTERIO DE ECONOMÍA
INDUSTRIA Y COMERCIO



Instituto
Nacional de
Aprendizaje



DIGEPYME-INF-032-24

ESTRATEGIA DE APOYO SUBSECTOR DISEÑO DE MODA

ELABORADO POR:
CECILIA CORDERO SOLANO
VÍCTOR MURILLO HERNÁNDEZ

COLABORADORES:
ANA LAURA VEGA RODRÍGUEZ
MÓNICA SALAZAR HERRERA

REVISADO POR:
ADRIANA AGUILAR ESCALANTE
ESTEBAN VILLALOBOS GONZÁLEZ

AGOSTO DE 2024



Contenido

SIGLAS UTILIZADAS.....	4
I. INTRODUCCIÓN	4
II. METODOLOGÍA	6
III. ESTRATEGIA.....	7
1. OBJETIVO GENERAL	7
2. META	7
3. EJES TEMÁTICOS	8
3.1 Eje 1: Capacitación y Gestión Empresarial para el subsector diseño de moda	8
3.2 Eje 2: Proceso de formalización, condición PYME, compras públicas y diagnóstico del subsector diseño de moda	11
3.3 Eje 3: Financiamiento para el subsector diseño de moda	14
3.4 Eje 4: Promoción del subsector diseño de moda	16
3.5 Eje 5: Internacionalización del subsector diseño de moda	18
4. Implementación, seguimiento y evaluación	19
ANEXOS	21
BIBLIOGRAFÍA	21



SIGLAS UTILIZADAS

DPP	Departamento de Política Pública
DIGEPYME	Dirección General de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
INA	Instituto Nacional de Aprendizaje
MAC	Museo de Arte Costarricense
MADC	Museo de Arte y Diseño Contemporáneo
MCJ	Ministerio de Cultura y Juventud
MEIC	Ministerio de Economía, Industria y Comercio
PLL	Fundación Parque Metropolitano La Libertad
PROCOMER	Promotora de Comercio Exterior
PYME	Micro, pequeña y mediana empresa
UFODE	Unidad de Fomento y Desarrollo Empresarial

I. INTRODUCCIÓN

El subsector diseño de moda en Costa Rica, se caracteriza por contar con profesionales altamente capacitados con un gran talento, creativos e innovadores en lo referente a la elaboración de nuevos productos. Se cuenta con marcas 100% costarricenses, originales, de alta calidad, vanguardistas y amigables con el ambiente.

Se entiende por diseño de moda a las actividades que incluyen los servicios de diseño de calzado, vestuario y accesorios. Principalmente, se identifica el diseño de prendas de vestir, la



selección de telas y materiales adecuados, y el mantener un control sobre la confección.

Las empresas del subsector diseño de moda en Costa Rica se caracterizan por su enfoque en actividades de diseño, producción y venta de prendas de vestir a la medida y por tallas (slow fashion), prendas para mujer y para hombre, joyería y accesorios, vestidos de baño, uniformes, entre otros.

La mayoría de las empresas del subsector son microempresas, con menos de 5 empleados, que se ubican en el Gran Área Metropolitana (GAM) y son empresas relativamente jóvenes, con menos de 10 de años de estar operando a nivel nacional.

Uno de los principales desafíos que tiene el subsector diseño de moda es la necesidad de reinventarse para mantenerse compitiendo en el mercado. Los diseñadores de moda se enfrentan al reto de ofrecer propuestas nuevas constantemente para que las personas seleccionen o prefieran sus productos sobre los que ofrecen las cadenas de “fast fashion”. Ello se traduce en diferentes necesidades y retos que debe enfrentar el subsector en la actualidad, como, por ejemplo: escasez y alto costos de materias primas e insumos, falta de espacios para exponer, promocionar y comercializar la marca y sus productos, falta de apoyo en el proceso de exportación e internacionalización, pocas opciones de financiamiento, programas de capacitación y asistencia técnica accesibles para el subsector, entre otros.

A partir de este escenario, es necesario que desde la institucionalidad pública se diseñen propuestas de acciones, proyectos o programas para atender las principales necesidades del subsector, donde se involucren instituciones de gobierno que tengan competencias legales y capacidad para brindar una oferta de servicios de desarrollo empresarial, entre otros; para apoyar al subsector de diseño de moda.



A través de los años, la oferta costarricense de diseño se ha incrementado significativamente, evidenciando la necesidad de apoyar las propuestas y productos de los diseñadores y, así, incentivar la consolidación de estos modelos de negocio para que contribuyan con el crecimiento de la economía.

En ese sentido, se ha elaborado una Estrategia de Apoyo para el Subsector Diseño de Moda, bajo la coordinación del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC); con el apoyo del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) y la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), considerando las competencias legales y/o rectoría de cada instancia.

II. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta estrategia, se elaboró un cuestionario con el fin de recolectar información e insumos claves y de interés sobre el subsector diseño de moda; información que pudiera ser utilizada en el desarrollo de la misma (ver Anexo 1). El grupo de estudio inicial fue de 67 empresas y/o personas diseñadoras, que forman parte de los registros que mantiene el Ministerio de Cultura y Juventud, Museo de Arte y Diseño Contemporáneo, Costa Rica Fashion Week y Pitaya Costa Rica. Se obtuvo un total de 35% de respuestas para un total de 24 participantes en la encuesta.

Además, se realizaron reuniones y conversaciones con representantes de las siguientes entidades: Ministerio de Cultura y Juventud, Promotora de Comercio Exterior, Costa Rica Fashion Week, PITAYA Costa Rica (Cámara Costarricense para la Promoción y el Desarrollo de MiPymes de Diseño y Otras Actividades Creativas), con el fin de avanzar con el desarrollo de



la estrategia de forma articulada y contar con información actual del subsector

III. ESTRATEGIA

A continuación, se presenta el detalle de la estrategia del subsector diseño de moda, la cual considera: objetivo, meta, ejes temáticos (resultados y acciones), implementación, seguimiento y evaluación.

1. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer y apoyar el subsector de diseño de moda en Costa Rica, a través de acciones estratégicas desde la institucionalidad pública, que conduzcan al crecimiento y consolidación de las PYME del subsector. Acciones que, además, promuevan la formación, la internacionalización, la formalización, el acceso a recursos financieros y la promoción.

2. META

Vincular y hacer partícipes a diseñadores y/o representantes de empresas del subsector de diseño de moda de Costa Rica de las diferentes acciones, proyectos y/o programas desarrollados por la institucionalidad pública para fortalecer aspectos claves relacionados con: el fortalecimiento de capacidades, la formalización, el financiamiento, la internacionalización y la promoción o comercialización.

El plan de implementación para cada eje temático permitirá definir metas específicas que contribuirán a lograr la meta global de la estrategia del subsector diseño de moda. Estas metas serán parte del sistema de monitoreo y evaluación a



desarrollarse en la primera etapa de implementación de la estrategia.

3. EJES TEMÁTICOS

3.1 Eje 1: Capacitación y Gestión Empresarial para el subsector diseño de moda

El subsector de Diseño de Moda en Costa Rica enfrenta importantes desafíos en áreas clave como la adopción de tecnologías digitales, la capacitación especializada, y la expansión internacional. Los datos del cuestionario indican que el 79.17% de las empresas ya utilizan tecnologías digitales, lo que resalta la necesidad de capacitaciones adicionales para maximizar su uso y actualizarse en nuevas herramientas. Además, la capacitación es un tema recurrente mencionado en los comentarios adicionales de las empresas, subrayando la urgencia de desarrollar módulos formativos específicos. La exportación y la promoción fueron otros temas destacados, indicando la necesidad de apoyar a las empresas en su expansión a mercados internacionales y mejorar su visibilidad. Estas áreas clave reflejan la urgencia de implementar una estrategia integral de capacitación y gestión empresarial que fortalezca las capacidades del subsector y mejore su competitividad tanto a nivel local como global.

Objetivo específico 1

Fortalecer las competencias empresariales, técnicas, digitales y creativas de las empresas del subsector de diseño de moda en Costa Rica, mediante los servicios especializados de la Unidad de Fomento y Desarrollo Empresarial (UFODE) del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), con programas de gestión empresarial, innovación, digitalización, acompañamiento



personalizado y becas, para mejorar su competitividad, sostenibilidad y capacidad de innovación.

Resultado esperado 1

Empresas del subsector de diseño de moda capacitadas en áreas clave de gestión empresarial, innovación y digitalización, con una mejora significativa en su competitividad.

Acción 1.1

Desarrollar módulos formativos específicos en gestión empresarial, innovación, marketing digital y comercio electrónico, alineados con las necesidades identificadas en el subsector.

Acción 1.2

Implementar el programa “*INA Impulsa*” para ofrecer cursos y talleres prácticos en las áreas críticas identificadas, garantizando la aplicación efectiva de los conceptos adquiridos.

Acción 1.3

Organizar charlas y talleres con el personal de UFODE para fortalecer temas específicos y atender las necesidades emergentes en gestión empresarial y digitalización.

Resultado esperado 2

Lograr la adopción efectiva de tecnologías digitales en al menos el 60% de las empresas capacitadas, fortaleciendo su presencia en línea y facilitando su acceso a nuevos mercados.

Acción 2.1

Implementar talleres prácticos enfocados en la creación o mejora de tiendas en línea y en el desarrollo de campañas de marketing digital efectivas. Esta iniciativa se justifica por el alto



porcentaje de empresas que ya utilizan tecnologías digitales, pero requieren optimizar su aprovechamiento.

Acción 2.2

Ofrecer sesiones de asesoramiento personalizado a través del Programa de Acompañamiento Empresarial de la UFODE, apoyando a las empresas en la adaptación e implementación de herramientas digitales según sus necesidades específicas.

Resultado esperado 3

Empresas del subsector de diseño de moda beneficiadas con becas para innovación, capacitación y desarrollo, facilitando su acceso a recursos y formación especializados que mejorarán su competitividad.

Acción 3.1

Promover las Becas de Fomento a la Innovación y las Becas para Entrenamiento y Capacitación entre las empresas del subsector, facilitando su participación en proyectos innovadores y en cursos avanzados.

Acción 3.2

Facilitar el acceso a las Becas para Incubación y Aceleración, apoyando a las empresas en crecimiento en su expansión y consolidación en el mercado.

Acción 3.3

Promover las Becas de Desarrollo y Participación para financiar pasantías técnicas, permitiendo a los beneficiarios adquirir nuevas competencias y aumentar la productividad de sus empresas.



Resultado esperado 4

Empresas del subsector de diseño de moda más competitivas, con capacidades fortalecidas para gestionar sus negocios, innovar y aprovechar las oportunidades del mercado digital.

Acción 4.1

Facilitar la participación de las empresas capacitadas en el Programa Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) del INA, proporcionando asesoría y apoyo continuo para mejorar su productividad y competitividad.

La estrategia consolidada para el Eje de Capacitación y Gestión Empresarial se basa en datos concretos obtenidos del análisis de la encuesta aplicada a este subsector, que destacan la necesidad de adopción tecnológica, formación continua y expansión internacional. Al abordar estas áreas críticas mediante programas específicos, la estrategia busca fortalecer las capacidades del subsector de diseño de moda en Costa Rica, incrementando su competitividad y adaptabilidad en un mercado global y digital en constante evolución. A través de iniciativas como INA Impulsa, Charlas y Talleres de UFODE, el Programa de Acompañamiento Empresarial, los CDE y el programa de Becas, se espera potenciar las competencias empresariales y digitales de las empresas, mejorando su capacidad para enfrentar los desafíos del mercado.

3.2 Eje 2: Proceso de formalización, condición PYME, compras públicas y diagnóstico del subsector diseño de moda

En el proceso de atención de un sector o un subsector de la economía, es importante considerar el proceso de formalización de un negocio, de cara a su permanencia y consolidación en el mercado. Se debe sensibilizar, formar y apoyar a los



emprendimientos y a las empresas en temas de trámites y requisitos para alcanzar la formalización de un negocio; lo anterior con el fin de que puedan conocer, entender, avanzar y cumplir con los requisitos necesarios para seguir creciendo; así como lograr el acceso a los beneficios que se han creado desde el Gobierno para las micro, pequeñas y medianas empresas, y los emprendimientos (Ley N° 8262, Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y su respectivo Reglamento).

La formalización va a permitir que un negocio opere legalmente durante el proceso de desarrollo y consolidación en el mercado, además tendrá la oportunidad de acceder a ciertos beneficios que establece la legislación en nuestro país para las PYME, como ya se mencionó.

Es relevante tener claridad que una empresa formal brinda identidad y seriedad en el ecosistema para hacer negocios con terceros, esto le permitirá crecer, generar confianza y refleja el cumplimiento de obligaciones legales.

Con base en la encuesta aplicada a las empresas de diseño de moda, más de un 50% no cuenta con la condición PYME ante el MEIC y más del 60% no tiene conocimiento de los beneficios que otorga dicha condición. De ahí la importancia de capacitar y asesorar a este subsector en este tema.

Objetivo específico 2

Capacitar al subsector diseño de moda sobre la importancia de la formalización de un negocio de cara a su consolidación y permanencia en el mercado. Además, de capacitar en lo referente al registro PYME ante el MEIC para que puedan acceder a los beneficios que otorga la Ley N° 8262 y su respectivo Reglamento. Además, capacitar a los diseñadores de moda sobre cómo venderle al Estado y realizar la primera encuesta del subsector.



Resultado esperado 1

Un subsector sensibilizado y capacitado sobre el proceso de formalización de una empresa en Costa Rica, en contratación administrativa y sobre cómo obtener la condición PYME ante el MEIC para poder acceder a ciertos beneficios.

Acción 1.1

Desarrollar actividades de capacitación para las empresas y emprendimientos del subsector de diseño de moda en temas de formalización de un negocio, condición PYME ante el MEIC y sus beneficios, entre otros.

Acción 1.2

Desarrollar actividades de capacitación para las empresas y emprendimientos del subsector de diseño de moda, en temas de contratación administrativa, con el fin de que estas comprendan como el Estado y sus instituciones realizan la adquisición de los bienes y servicios necesarios para su gestión.

Acción 1.3

Asesorar y guiar a los empresarios y/o emprendedores del subsector de diseño de moda, en el proceso de registro PYME o de emprendedor ante el MEIC, a través del Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC).

Resultado esperado 2

Un subsector de diseño de moda encuestado a nivel nacional, con el fin de obtener información de interés para la institucionalidad pública, para la construcción de indicadores y la toma de decisiones.



Acción 2.1

Desarrollar e implementar la primera encuesta nacional del subsector de diseño de moda, en forma conjunta con el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), con el objetivo de poder caracterizar los emprendimientos y las PYME de este subsector; además de entender las diferentes necesidades, problemáticas y retos.

3.3 Eje 3: Financiamiento para el subsector diseño de moda

Las empresas, en su mayoría, requieren recursos económicos para iniciar, crecer y mantener su negocio en marcha. El subsector diseño de moda requiere invertir para crecer y expandir sus negocios, por lo que se hace necesario contar con una oferta de recursos financieros (fondos reembolsables y no reembolsables) para estas empresas.

Un 75% de las empresas encuestadas indicaron que si requieren financiamiento para sus negocios y más de un 60% no ha sido sujeto de crédito; por otro lado, un 88% no ha logrado tener acceso a fondos no reembolsables.

Las empresas que han sido sujetas de crédito indican que las principales dificultades que han tenido al solicitar un crédito han sido el exceso de requisitos y trámites de las entidades financieras y las altas tasas de interés.

Objetivo específico 3

Facilitar y poner a disposición información de interés sobre el acceso a recursos económicos para las empresas del subsector diseño de moda, por parte de las entidades financieras del Sistema Bancario Nacional que administran instrumentos específicos dirigidos a las PYME y Emprendimientos. Además de los programas que el Sistema de Banca para el Desarrollo



(SBD) tiene diseñados, con condiciones específicas, para atender las necesidades de este subsector o población.

Resultado esperado 1

Oferta financiera, reembolsable y no reembolsable, disponible y accesible para las empresas del subsector de diseño de moda.

Acción 1.1

Coordinar con el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) un proceso de difusión sobre el catálogo de productos y/o programas disponibles y activos para las empresas de este subsector (fondos reembolsables y no reembolsables).

Acción 1.2

Coordinar y generar, desde el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) y con el apoyo de contrapartes especializadas, convocatorias de capital semilla o crédito para el subsector y su posible vinculación a subprogramas, como:

- Capital Semilla de Inclusión y Asociativo: para emprendimientos más tradicionales.
- Capital Semilla para prototipado, puesta en marcha y fortalecimiento: para emprendimientos que sean de alto potencial.
- Incentivo Transformativo: para hacer procesos de transformación en negocios establecidos (PYMES).
- Impulso Empresarial: para los negocios (PYMES) que requieren crédito.

Acción 1.3

Realizar un mapeo de la oferta de fondos disponibles para las PYME y emprendimientos y sus principales características, y poner a disposición el documento a través de medios electrónicos.



3.4 Eje 4: Promoción del subsector diseño de moda

Es necesario facilitar espacios en el país para mostrar el talento nacional e impulsar la industria de la moda considerando la innovación, sostenibilidad, creatividad y talento humano.

En la encuesta aplicada a los diseñadores, uno de los principales requerimientos que señalan es facilitar espacios para exponer y visibilizar la marca de las empresas de diseño. El Ministerio de Cultura y Juventud cuenta con diferentes instituciones y programas, y, entre sus fines está el permitir la promoción del arte y la cultura, así como el impulso de los procesos creativos para brindar a la ciudadanía una amplia oferta cultural que van desde las bellas artes hasta el patrimonio cultural.

Desde este escenario, se cuenta con actividades, servicios y productos que hoy en día se ponen a disposición de la población, como aliado fundamental para el desarrollo de procesos que posibilitan crear una plataforma que impulse la economía creativa y cultural, en donde el diseño de moda se considera un punto de intersección entre las personas creadoras, el mercado y la institucionalidad.

A partir de este accionar conjunto, se hace necesario facilitar espacios en el país para impulsar la industria de la moda considerando la innovación, sostenibilidad, creatividad y capacidad del talento humano, los cuales son parte de las fortalezas con que cuenta el mercado de la moda en Costa Rica.

Objetivo específico 4

Facilitar espacios para el impulso del subsector diseño de moda a nivel nacional a través del uso de infraestructura institucional que permita la investigación, creación y promoción para el



impulso de actividades, bienes y servicios propios de este subsector.

Resultado esperado 1

Un subsector de diseño moda con espacios de promoción, que permita dar a conocer el talento, calidad e innovación de los productos de los diseñadores de moda costarricenses.

Acción 1.1

Promover la participación de las PYME y emprendimientos de diseño de moda en actividades que organiza el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ).

Acción 1.2

Facilitar espacios en el proceso de creación, como plataforma de presentación final, por medio de la articulación con el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), sus adscritas y programas.

Resultado Esperado 2

Un subsector de diseño de moda con acceso para el uso de espacios para la investigación y creación.

Acción 2.1

Facilitar espacios para procesos creativos y educativos por medio de visitas guiadas a exposiciones, acceso a colecciones, sitios patrimoniales y edificios históricos.

Acción 2.2

Uso de material creativo y educativo, que, sumado a los espacios, permita el análisis de diversos temas como el patrimonio natural y cultural, la identidad y su vínculo con el diseño.



3.5 Eje 5: Internacionalización del subsector diseño de moda

Las empresas del subsector diseño de moda cuentan con un potencial para incursionar en mercados internacionales, tomando en cuenta aspectos de las empresas como: trayectoria, innovación, calidad, potencial comercial, entre otros.

La encuesta aplicada muestra que dentro de las principales necesidades del subsector está apoyar la inserción de las empresas y emprendimientos de diseño de moda en el mercado internacional. El subsector requiere asesoría en los procesos, requisitos y trámites de exportación; apoyo para posicionar la marca en el exterior, facilitar contactos de clientes y tiendas en el exterior, entre otros.

Objetivo específico 5

Apoyar a las empresas del subsector de diseño de moda en la transferencia de conocimientos, que les permita incursionar y facilitar el acceso a diferentes mercados internacionales y dar a conocer su marca.

Resultado esperado 1

Empresas del subsector diseño de moda capacitadas y con herramientas para incursionar en el mercado internacional.

Acción 1.1

Capacitar a las empresas sobre el proceso de exportación, por medio del “Programa La Decisión de Exportar” (LADE). La Decisión de Exportar es un programa de capacitación en el que se detalla el proceso general de lo que es exportar, basado en los siguientes temas:

- I. Principales consideraciones en el proceso de internacionalización y servicios de apoyo que brinda PROCOMER



- II. Áreas de acción de PROCOMER
- III. La búsqueda de clientes en el exterior y las herramientas más usadas: ferias, misiones, agendas y otros.

Con este programa se busca, de forma sencilla, que los potenciales exportadores conozcan lo que conlleva el proceso de internacionalización de sus bienes y servicios, y como pueden contar con el apoyo de PROCOMER en las distintas etapas y de acuerdo con sus necesidades.

Acción 1.2

Facilitar un análisis sobre las tendencias internacionales y las potenciales oportunidades de interés para el subsector de diseño de moda (ver documento Anexo).

4. Implementación, seguimiento y evaluación

Las entidades responsables del diseño e implementación de la “Estrategia del Subsector Diseño de Moda” serán las instituciones involucradas y ya mencionadas: Instituto Nacional de Aprendizaje (INA); Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ); Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) y Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Estas instituciones estarán desarrollando, de forma conjunta, un plan de acción para cada uno de los 5 ejes de la estrategia, que deberá incluir: detalle de actividades, plazos, responsables, presupuesto, metas, entre otros aspectos.

Cuando el plan de acción esté en marcha, es importante hacer un monitoreo del progreso y dar seguimiento a los resultados. Ello permitirá identificar oportunidades de mejora y realizar



ajustes si fuera necesario; además de tener una mayor claridad sobre los avances de la estrategia.

El proceso de seguimiento y evaluación estará a cargo del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC); junto con el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ).



ANEXOS

1. Resultados cuestionario aplicado al subsector diseño de moda (MEIC-INA).

BIBLIOGRAFÍA

1. Cubero Rodríguez, A. L. (2022). Protección de los diseños de moda en Costa Rica. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (154).
2. Parque La Libertad (2024). Reporte del taller colaborativo. Futuros Textiles.



ANEXO 1

Análisis de Resultados del Cuestionario para Empresas y Diseñadores del Sector de Diseño de Moda

Con base al análisis de los datos del cuestionario para identificar los resultados más relevantes en relación con la metodología que estamos elaborando. Aquí están los hallazgos principales:

Datos Generales

Participación: 24 empresas y diseñadores individuales han respondido al cuestionario.

Contacto: Se ha recopilado información de contacto que puede ser útil para futuras comunicaciones y colaboraciones.

Capacitación y Formación (Gestión Empresarial)

Preferencias de Capacitación:

Híbrida: 40%

Presencial: 40%

En línea: 20%

Uso de Tecnologías Digitales:

60% de las empresas utilizan tecnologías digitales en su negocio.

40% no utilizan tecnologías digitales.

Problemas y Dificultades (Formalización de Empresas)

Principales Problemas Identificados:

Altos costos de materias primas e insumos.

Escasez de materia prima e insumos.

Pocas opciones de financiamiento.

Exceso de requisitos y trámites.

Altas tasas de impuestos y contribuciones.

Falta de garantías.

Principales Barreras Gubernamentales:

Exceso de requisitos y trámites.

Altas tasas de impuestos y contribuciones.



Falta de garantías.

Internacionalización

Apoyo Necesario:

Más apoyo en el proceso de exportación e internacionalización.
Información sobre tratados de libre comercio con otros países.

Comentarios Adicionales

Sugerencias:

Apoyo para importar materia prima y exportar productos terminados.

Capacitación y asesoría especializada.

Información sobre tratados de libre comercio.

Brindar más apoyo con capacitación y asesoría en temas de gestión y formalización.

Recomendaciones Basadas en los Resultados

Capacitación Híbrida y En Línea: Desarrollar programas de formación que incluyan opciones híbridas y en línea para facilitar el acceso y la flexibilidad.

Digitalización: Incentivar el uso de tecnologías digitales mediante capacitaciones y subsidios para herramientas digitales.

Reducción de Costos: Colaborar con proveedores y buscar subvenciones para reducir los costos de materias primas e insumos.

Facilitación de Trámites: Trabajar con entidades gubernamentales para simplificar los requisitos y trámites administrativos.

Financiamiento: Crear más opciones de financiamiento y garantías para empresas del sector.

Apoyo en Exportación: Ofrecer más información y asistencia técnica para la exportación y aprovechar tratados de libre comercio.

Estos resultados y recomendaciones pueden guiar las acciones y estrategias dentro del plan de trabajo para el sector de Diseño de Moda, alineándose con los objetivos de gestión empresarial, internacionalización, financiamiento y formalización de empresas.



Análisis Detallado de Comentarios

Problemas y Dificultades Principales:

Altos costos de materias primas e insumos: Comentado por varias empresas como un desafío significativo.

Escasez de materia prima e insumos: Un problema recurrente que afecta la producción.

Pocas opciones de financiamiento: Las empresas enfrentan dificultades para obtener financiamiento.

Exceso de requisitos y trámites: La burocracia y los trámites complicados son barreras importantes.

Altas tasas de impuestos y contribuciones: Afectan la rentabilidad y competitividad.

Falta de garantías: La falta de garantías dificulta la obtención de financiamiento y la seguridad financiera.

Comentarios Adicionales y Sugerencias:

Apoyo en importación y exportación: Necesidad de apoyo tanto para importar materia prima como para exportar productos terminados.

Capacitación y asesoría: Demanda de más programas de capacitación y asesoría especializada.

Información sobre tratados de libre comercio: Las empresas requieren información detallada sobre tratados que puedan beneficiarlas.

Capacitación de personal especializado: Necesidad de formación continua y especializada para el personal.

Recomendaciones:

Desarrollo de Programas de Capacitación: Enfocar los programas en áreas de mayor demanda como importación/exportación, uso de tecnologías digitales y gestión de costos.

Facilitación de Trámites: Simplificar los procesos administrativos y reducir la burocracia para facilitar el crecimiento empresarial.

Iniciativas de Financiamiento: Crear más opciones de financiamiento con garantías accesibles.

Reducción de Costos: Buscar soluciones para reducir los costos de materias primas e insumos, quizás mediante compras en grupo o subsidios.

Acceso a Información de Comercio: Proveer información actualizada sobre tratados de libre comercio y cómo pueden beneficiarse las empresas del sector.



Resumen de las principales dificultades que enfrentan las empresas del sector de Diseño de Moda:¹

Altos costos de materias primas e insumos: Este es el problema más mencionado, ya que afecta directamente los costos de producción y la competitividad de las empresas.

Falta de espacios para la promoción del sector en el mercado nacional: este es el segundo problema que mencionan los diseñadores. Es necesario crear espacios para dar a conocer y promocionar las empresas de diseño de moda.

Escasez de materia prima e insumos: La falta de disponibilidad de materiales necesarios para la producción es una barrera significativa.

Pocas opciones de financiamiento: Muchas empresas encuentran difícil obtener financiamiento adecuado, lo que limita su capacidad de expansión y desarrollo.

Exceso de requisitos y trámites: La burocracia y los procesos administrativos complejos son una carga considerable para las empresas, afectando su eficiencia operativa.

Altas tasas de impuestos y contribuciones: Los altos costos impositivos reducen la rentabilidad de las empresas y su capacidad para reinvertir en el negocio.

Falta de garantías: La ausencia de garantías suficientes dificulta la obtención de préstamos y financiamiento, limitando así las oportunidades de crecimiento.

Estas dificultades resaltan la necesidad de intervenciones específicas en áreas como: disponibilidad de espacios para la promoción del sector, más apoyo en el proceso de internacionalización, la mejora en el acceso a financiamiento y la disponibilidad de materias primas e insumos.

¹ Elaboración propia con base en resultados de encuesta aplicada al sector diseño de moda.



Conclusiones Principales del Análisis de Datos

Años de Operación:

La mayoría de las empresas del sector tienen varios años de operación, lo que indica una cierta estabilidad y experiencia en el mercado. Predominan las empresas de 1 a 5 años de estar en el mercado, un 46%.

Número de Empleados:

Muchas de las empresas son pequeñas, con un número reducido de empleados, lo que es común en industrias creativas y de diseño donde los equipos suelen ser compactos y especializados.

Condición PYME:

Un porcentaje importante (29%) de las empresas cuenta con la condición PYME ante el MEIC, lo que les permite acceder a ciertos beneficios gubernamentales. Sin embargo, aún existe una cantidad considerable de empresas (58%) que no ha obtenido la condición PYME ante el MEIC

Interés en Capacitación:

Existe un alto interés en recibir capacitación y formación, destacando la importancia de los programas educativos y de desarrollo profesional en este sector.

Preferencia de Capacitación:

Las preferencias de capacitación están divididas entre presencial, en línea e híbrida, lo que sugiere la necesidad de ofrecer modalidades flexibles que se adapten a las diferentes necesidades de los participantes.

Uso de Tecnologías Digitales:

Aunque muchas empresas ya utilizan tecnologías digitales, todavía hay un porcentaje que no las ha adoptado, indicando una oportunidad para promover la digitalización y mejorar la competitividad del sector.

Recomendaciones:

Programas de Capacitación Diversificados:

Desarrollar programas que cubran tanto la modalidad presencial como en línea, asegurando flexibilidad para los participantes.

Fomento de la Digitalización:

Implementar iniciativas que incentiven la adopción de tecnologías digitales, ofreciendo subsidios o programas de formación específicos.

Apoyo para la Formalización:

Proveer asistencia y asesoramiento para que más empresas obtengan la condición PYME y puedan beneficiarse de los apoyos gubernamentales.

Reducción de Costos y Facilitación de Trámites:

Colaborar con las autoridades para simplificar trámites y reducir costos operativos, mejorando así la eficiencia y la competitividad del sector.

Facilitar espacios para la promoción del sector:

Crear espacios para mostrar y promocionar la oferta del sector de diseño de moda en Costa Rica.

Ofrecer programas de financiamiento para los diseñadores:

Tanto capital semilla como crédito en condiciones flexibles.

Apoyo en procesos de exportación e internacionalización del sector:

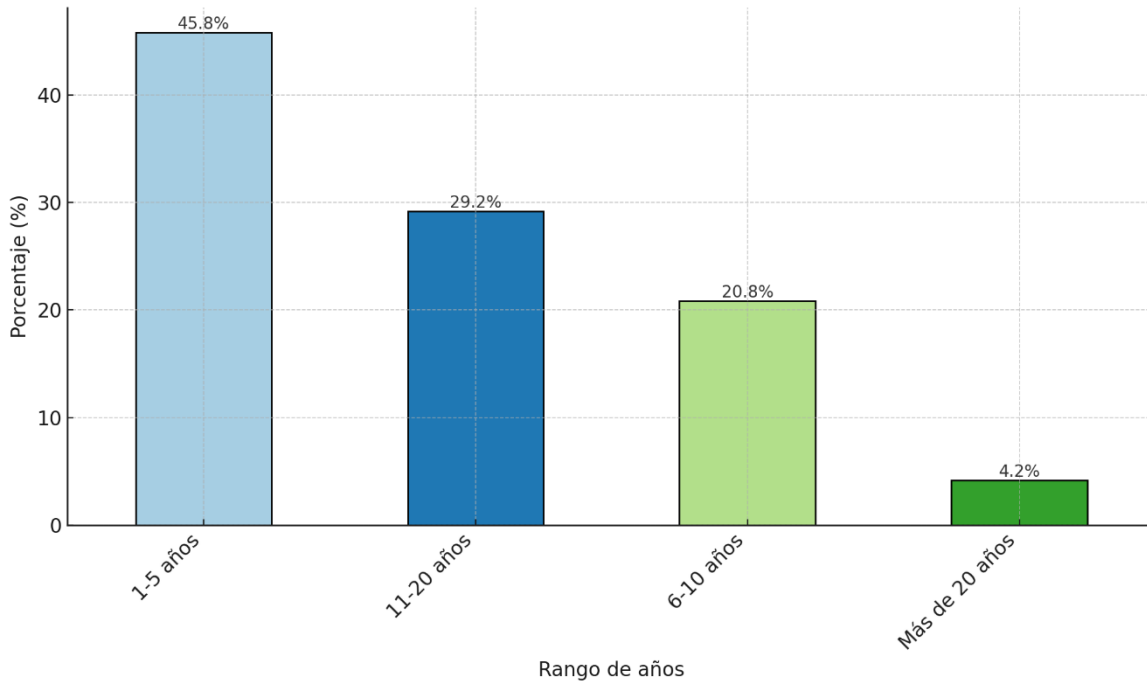
Facilitar al sector programas para incursionar en mercados internacionales.

Estas conclusiones y recomendaciones pueden guiar las futuras acciones y estrategias dentro del plan de trabajo, alineándose con los objetivos de gestión empresarial, internacionalización, formalización y financiamiento de empresas en el sector de Diseño de Moda en Costa Rica.

Interpretación para cada uno de los gráficos generados:

Distribución de Años de Operación

Figura 1 Distribución de Años de Operación



Fuente: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda. Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024.

Interpretación:

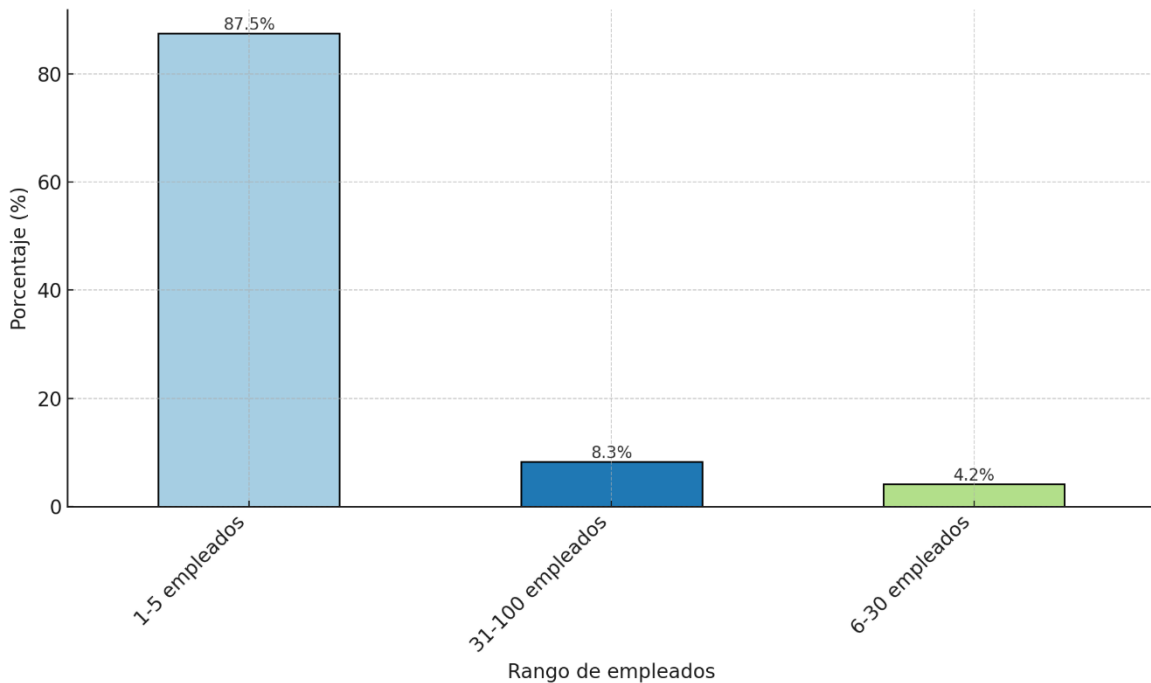
Este gráfico muestra cuántos años llevan las empresas operando en el mercado.

Existe una alta concentración en ciertos rangos (por ejemplo, 1-5 años), con un 46%, lo cual indica que muchas empresas son relativamente nuevas.

Si la distribución es más uniforme, sugiere una mezcla de empresas nuevas y establecidas.

Distribución del Número de Empleados

Figura 2 Distribución del Número de Empleados



Fuente: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda. Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024.

Interpretación:

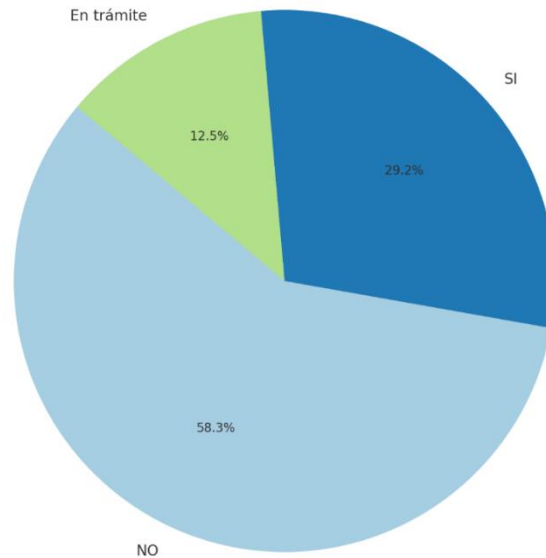
Este gráfico muestra el número de empleados que tienen las empresas.

Una alta frecuencia en el rango de 1-5 empleados indica que la mayoría de las empresas son pequeñas, lo que representa un 88%.

Si hay empresas con un número significativamente mayor de empleados, sugiere la presencia de empresas más grandes y establecidas.

Distribución de Condición PYME

Figura 3 Distribución de Condición PYME ante MEIC



Fuente: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda. Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024.

Interpretación:

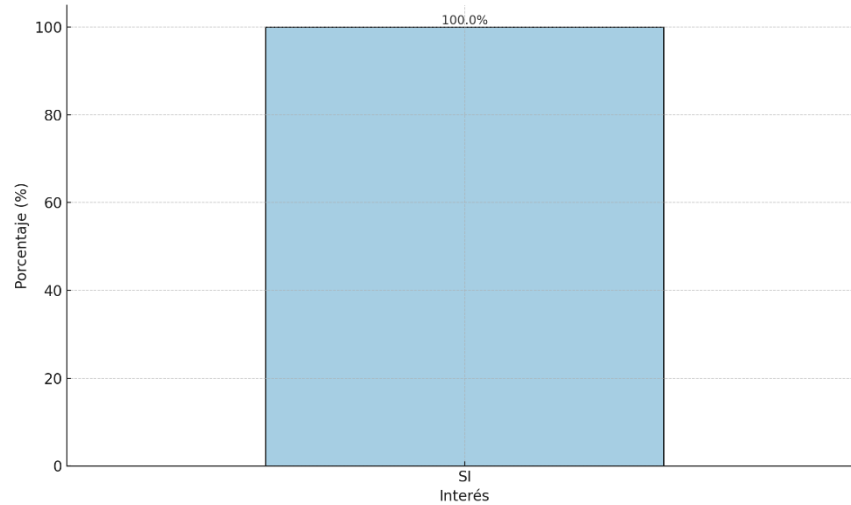
Este gráfico muestra cuántas empresas tienen la condición PYME ante el MEIC.

Un 29% de las empresas indica que "Sí" han obtenido la condición PYME y pueden estar aprovechando los beneficios asociados.

Una alta frecuencia en "No", o sea un 58% sugiere que muchas empresas aún no han formalizado esta condición, lo que puede ser una oportunidad para proporcionar asistencia en este proceso.

Distribución del Interés en Capacitación

Figura 4 Distribución del Interés en Capacitación



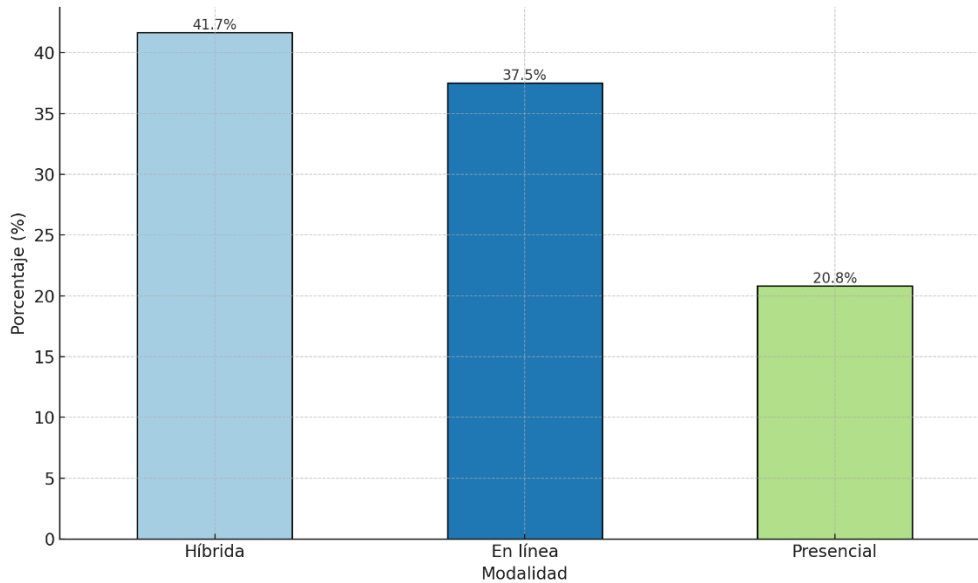
Fuente: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda. Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024.

Interpretación:

Este gráfico muestra cuántas empresas están interesadas en recibir capacitación y formación. Un 100% respondió que Sí, lo que indica una gran demanda de programas de capacitación y resalta la importancia de ofrecer oportunidades de formación continua.

Distribución de Preferencia de Capacitación

Figura 5 Distribución de Preferencia de Capacitación



Fuente: Datos

obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda. Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024.

Interpretación:

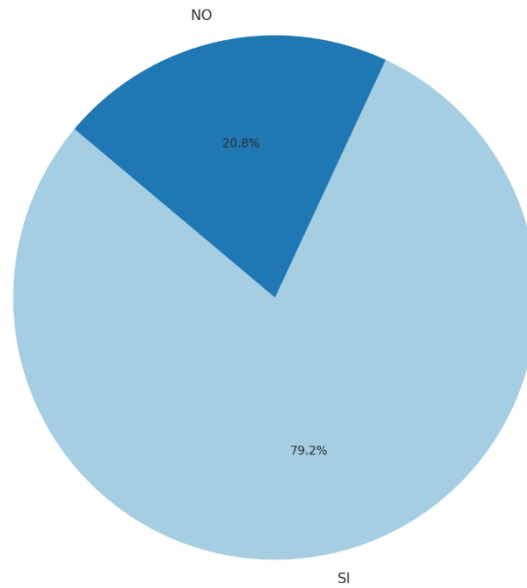
Este gráfico muestra las preferencias de las empresas respecto al tipo de capacitación (presencial, en línea, híbrida).

Si hay una distribución equitativa, indica que las empresas valoran todas las modalidades por igual y sugieren la necesidad de ofrecer múltiples formatos de capacitación.

Una alta frecuencia en una modalidad específica, como híbrida y en línea, indica una preferencia clara, lo que puede guiar el diseño de programas de capacitación futuros.

Distribución del Uso de Tecnologías Digitales

Figura 6 Distribución del Uso de Tecnologías Digitales



Fuente: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda. Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024

Interpretación:

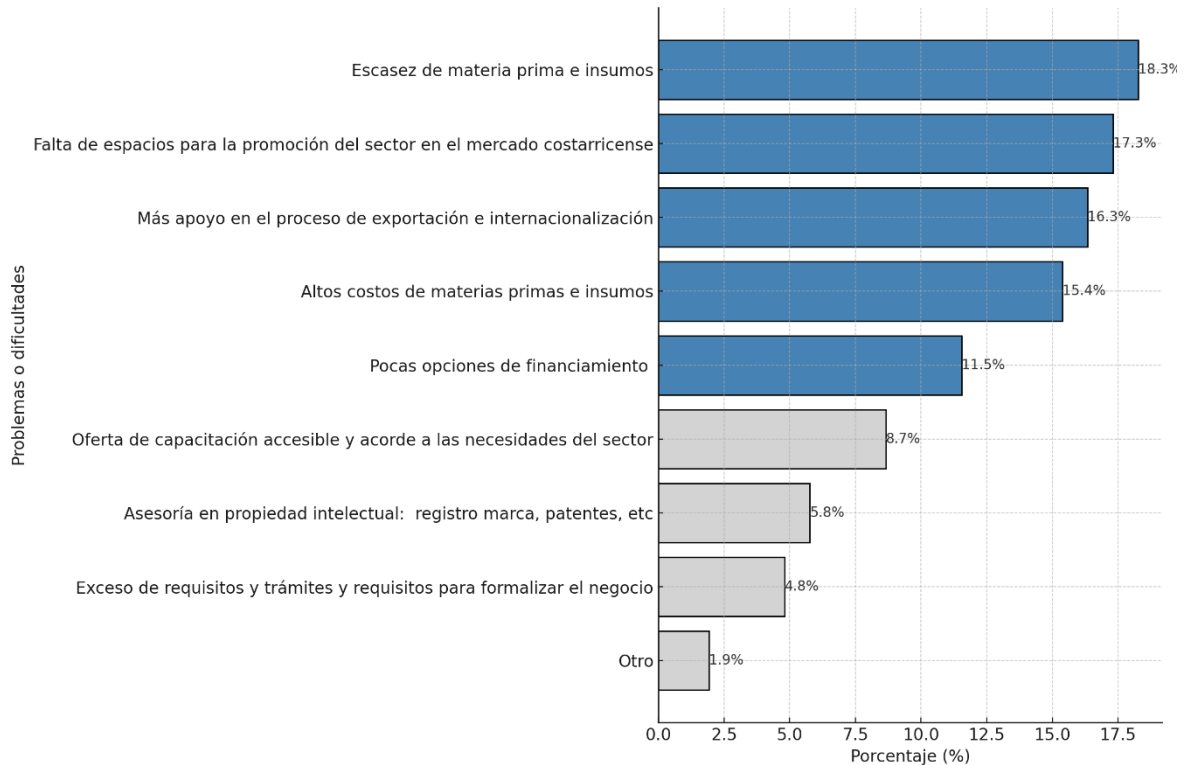
Este gráfico muestra cuántas empresas utilizan tecnologías digitales en su negocio.

Una alta frecuencia en "Sí" indica que muchas empresas han adoptado tecnologías digitales, lo que es positivo para la modernización y eficiencia del sector.

Una alta frecuencia en "No" sugiere que aún hay una parte considerable del sector que no utiliza tecnologías digitales, lo que puede ser una oportunidad para promover la digitalización.

Principales problemas o dificultades del sector diseño de moda

Figura 7 Principales problemas o dificultades del sector diseño de moda



Fuente: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a empresas del sector de Diseño de Moda.
Aplicado por MEIC y el INA, agosto 2024

Interpretación:

Este gráfico muestra los principales problemas que enfrenta el sector.

Los principales problemas que indican las empresas son:

Escasez de materia prima e insumos

Falta de espacios para la promoción del sector

Falta de apoyo en el proceso de exportación e internacionalización

Altos costos de materias primas

Pocas opciones de financiamiento

Conclusión

Años de Operación: Indica la estabilidad y experiencia de las empresas en el mercado.

Número de Empleados: Refleja el tamaño y capacidad de las empresas.

Condición PYME: Muestra el nivel de formalización de las empresas.

Interés en Capacitación: Resalta la demanda de formación continua.

Preferencia de Capacitación: Guía el diseño de programas de formación adaptados.

Principales problemas del sector: muestra la situación del sector.



Uso de Tecnologías Digitales: Indica el grado de modernización y adopción de nuevas tecnologías en el sector.

Estos gráficos proporcionan una visión clara y concisa de las características y necesidades del sector de Diseño de Moda, permitiendo tomar decisiones informadas para apoyar su desarrollo y crecimiento.