



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO DEPORTIVO
FÉNIX, EN CIUDAD COLÓN

PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

REALIZADO POR:

JOSÉ FRANCISCO PÉREZ MORALES

200922386

PROFESORA TUTORA:

HAYDEE TIFFER

II SEMESTRE 2014
SAN JOSÉ, COSTA RICA

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios, que me proporcionó de salud para estudiar, así como me brindo las fuerzas y la paciencia para terminar este proyecto. A mi tutora M.B.A. Haydee Tiffer por su guía durante la ejecución de este proyecto. A mis amigos, la familia que pude escoger, que me brindaron su apoyo y consejos durante todo este tiempo. A todos mis compañeros de clase, con los que pude compartir muchas experiencias en estos 6 años. A todas las personas que de una u otra manera me ayudaron y colaboraron a realizar este trabajo. Y finalmente, pero no menos importante, un enorme agradecimiento a mi amiga Adriana Sancho, que sin sus consejos, apoyo y su valiosa ayuda, esta investigación no hubiera sido lo que es.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primeramente a Dios, que me permitió cumplir esta meta. A mis padres, que con su esfuerzo y trabajo duro, me brindaron la oportunidad de estudiar y hacerme la persona que soy hoy en día. Y por ultimo este trabajo va dedicado a Stuart Montero y Mariela Ledezma, mis incondicionales compañeros y amigos.

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
INDICE GENERAL	IV
INDICE DE CUADROS	VIII
INDICE DE GRÁFICOS.....	X
INDICE DE FIGURAS.....	XII
INDICE DE TABLAS.....	XIII
FICHA TÉCNICA	XV
INTRODUCCIÓN	XVII
RESUMEN EJECUTIVO	XIX
ABSTRACT	XXI
CAPITULO I.....	1
IDENTIFICACIÓN.....	1
1. SITUACIÓN QUE ORIGINA EL PROYECTO	1
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
3. OPORTUNIDADES	2
4. NECESIDAD A RESOLVER	2
5. ALTERNATIVAS SELECCIONADAS.....	3
6. ALTERNATIVA ESCOGIDA.....	3
7. OBJETIVOS.....	3
8. JUSTIFICACIÓN	4
9. RECURSOS DISPONIBLES	4
10. METAS DEL ESTUDIO	5
11. ACTORES INVOLUCRADOS.....	6
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO	11
1. ADMINISTRACIÓN	11
2. EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	14
3. ESTUDIO DE MERCADO	19
4. ESTUDIO TÉCNICO	23
5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	26
6. ESTUDIO LEGAL	28

7.	ESTUDIO AMBIENTAL	30
8.	ESTUDIO FINANCIERO	31
CAPITULO III.....		39
MARCO METODOLÓGICO		39
1.	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	39
2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
3.	FUENTES Y SUJETOS	41
4.	TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	42
5.	DETALLES ESTADISTICOS	43
6.	TRABAJO DE CAMPO	45
7.	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	45
CAPITULO IV		46
ESTUDIO DE MERCADO		46
1.	ANÁLISIS DEL MERCADO	46
2.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	47
3.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	72
4.	SERVICIO.....	76
5.	ANÁLISIS DEL CLIENTE	77
6.	ANÁLISIS DEL PRECIO	80
7.	ANÁLISIS DE LA ESTRATEGÍA DE COMERCIALIZACIÓN	81
8.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	92
9.	MERCADO DE PROVEEDORES	94
10.	DETERMINACIÓN DE COSTOS E INVERSIONES DEL COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADO ...	96
11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	97
12.	METAS DEL ESTUDIO	98
CAPITULO V		99
ESTUDIO TÉCNICO.....		99
1.	TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO	99
2.	LOCALIZACIÓN.....	101
3.	DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y DIAGRAMA DE PROCESO	103
4.	RESUMEN DE INVERSIONES Y COSTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO	110
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	120
CAPÍTULO VI		122
ESTUDIO ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL		122
1.	PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES	122
2.	PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS	123

3.	REQUERIMIENTOS LEGALES	129
4.	NORMATIVA AMBIENTAL APLICADA AL PROYECTO	140
5.	DETERMINACIÓN DE COSTOS E INVERSIONES DEL COMPONENTE DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL	141
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	143
CAPITULO VII		145
ESTUDIO FINANCIERO		145
1.	RESUMEN DE INVERSIONES Y COSTOS DEL PROYECTO	145
2.	PROYECCIÓN DE FLUJOS	146
3.	CONSTRUCCIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO	150
4.	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	155
5.	INDICADORES FINANCIEROS DE FACTIBILIDAD	156
6.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGO FINANCIERO	160
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	161
CAPITULO VIII		163
ANÁLISIS INTEGRAL DEL ESTUDIO DE RIESGOS DEL PROYECTO		163
1.	CLASIFICACIÓN DE RIESGOS	163
2.	RIESGOS DEL PROYECTO	165
3.	PLAN DE MITIGACIÓN DE RIESGOS	166
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES		169
1.	CONCLUSIONES	169
2.	RECOMENDACIONES	171
ANEXOS		172
1.	COTIZACIÓN DE CÉSPED SINTÉTICO	172
2.	COTIZACIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA DE GIMNASIO	173
3.	COTIZACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA, AUDIO Y VIDEO	182
4.	COTIZACIÓN DE MOBILIARIO	189
5.	FORMULARIO DE USO DE SUELOS	191
6.	FORMULARIO UNIFICADO DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO	192
7.	DECLARACIÓN JURADA DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO	193
8.	PERMISO DE CONSTRUCCIÓN	196
9.	FORMULARIO DE SOLICITUD DE PATENTE COMERCIAL	197
10.	FORMULARIO D1 SETENA	198
11.	DECLARACIÓN DE INSCRIPCIÓN, MODIFICACIÓN DE DATOS Y DESINSCRIPCIÓN REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES	199
12.	SALARIOS MÍNIMOS SEGUNDO SEMESTRE 2014	201

13.	FORMULARIO PARA SUSCRIBIR RIESGOS DEL TRABAJO.....	203
APÉNDICES.....		205
1.	CUESTIONARIO APLICADO A LA MUESTRA	205
2.	PLANO DEL COMPLEJO DEPORTIVO FÉNIX.....	209
3.	HORARIO PRODUCTIVO CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	210
BIBLIOGRAFÍA.....		211

INDICE DE CUADROS

Cuadro 4.1 PRÁCTICA DE ACTIVIDAD FÍSICA	47
Cuadro 4.2 TIPOS DE ACTIVIDAD FÍSICA QUE PRACTICAN LOS ENCUESTADOS	48
Cuadro 4.3 OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL USO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	50
Cuadro 4.4 FRECUENCIA DEL USO DE LOS SERVICIOS DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	51
Cuadro 4.5 HORARIO DE PREFERENCIA PARA LA PRÁCTICA DE FÚTBOL EN CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO .	52
Cuadro 4.6 CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN MENSUALMENTE LOS ENCUESTADOS EN ESTE DEPORTE	53
Cuadro 4.7 LUGAR AL QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS PARA JUGAR FÚTBOL EN CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO	54
Cuadro 4.8 OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL USO DE GIMNASIO	56
Cuadro 4.9 FRECUENCIA DE ASISTENCIA AL GIMNASIO POR PARTE DE LOS ENCUESTADOS	57
Cuadro 4.10 HORARIO DE PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS PARA ASISTIR AL GIMNASIO.....	58
Cuadro 4.11 CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN MENSUALMENTE LOS ENCUESTADOS POR CONCEPTO DE GIMNASIO	59
Cuadro 4.12 LUGAR DONDE SE UBICA EL GIMNASIO DONDE ASISTEN LOS ENCUESTADOS	60
Cuadro 4.13 OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL NUEVO PROYECTO	61
Cuadro 4.14 ASPECTOS ATRACTIVOS PARA UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO	63
Cuadro 4.15 PERSONAS QUE ESTÁN DISPUESTAS A UTILIZAR EL SERVICIO	64
Cuadro 4.16 SERVICIOS QUE LOS ENCUESTADOS ESTARÍAN DISPUESTOS A UTILIZAR DEL COMPLEJO DEPORTIVO.....	65
Cuadro 4.17 PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHAS SINTÉTICAS	66
Cuadro 4.18 PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO DE GIMNASIO	67
Cuadro 4.19 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE A LOS ENCUESTADOS LES GUSTARIA RECIBIR EN EL COMPLEJO DEPORTIVO	69

Cuadro 4.20 MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE EL ENCUESTADO PREFERE PARA CONOCER SOBRE EL COMPLEJO DEPORTIVO	70
Cuadro 4.21 OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE SI CONOCEN ALGUNA EMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO	73
Cuadro 4.22 EDAD EN AÑOS CUMPLIDOS DE LOS ENCUESTADOS	78
Cuadro 4.23 SEXO DE LOS ENCUESTADOS	79
Cuadro 4.24 DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN INGRESO FAMILIAR PROMEDIO	80

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1 DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS QUE PRACTICAN ALGUN TIPO DE ACTIVIDAD FÍSICA	47
Gráfico 4.2 DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDAD FÍSICA QUE PRACTICAN LOS ENCUESTADOS	49
Gráfico 4.3 DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS QUE UTILIZAN CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO	50
Gráfico 4.4 FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS UTILIZAN CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO	51
Gráfico 4.5 HORARIO QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS PARA PRACTICAR FÚTBOL	52
Gráfico 4.6 CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN LOS ENCUESTADOS EN LA PRACTICA DEL FÚTBOL	53
Gráfico 4.7 LUGAR AL QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS PARA PRACTICAR FÚTBOL EN CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO	55
Gráfico 4.8 DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS QUE ASISTEN ACTUALMENTE A ALGÚN GIMNASIO	56
Gráfico 4.9 FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS ASISTEN AL GIMNASIO	57
Gráfico 4.10 HORARIO QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS PARA ASISTIR AL GIMNASIO	58
Gráfico 4.11 CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN LOS ENCUESTADOS EN EL GIMNASIO	59
Gráfico 4.12 LUGAR DONDE SE UBICA EL GIMNASIO AL QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS	60
Gráfico 4.13 DISTRIBUCIÓN DE LA OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL COMPLEJO DEPORTIVO	62
Gráfico 4.14 ASPECTOS QUE LOS ENCUESTADOS CONSIDERAN ATRACTIVOS PARA UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO	63
Gráfico 4.15 PROPORCIÓN DE ENCUESTADOS QUE ESTAN DISPUESTOS A UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO	64
Gráfico 4.16 SERVICIOS QUE LOS ENCUESTADOS ESTARÍAN DISPUESTOS A UTILIZAR	65
Gráfico 4.17 CANTIDAD DE DINERO QUE LOS ENCUESTADOS ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO	67
Gráfico 4.18 CANTIDAD DE DINERO QUE LOS ENCUESTADOS ESTARIAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO DE GIMNASIO	68
Gráfico 4.19 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE A LOS ENCUESTADOS LES GUSTARÍA RECIBIR EN EL COMPLEJO DEPORTIVO	69

Gráfico 4.20 MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS PARA RECIBIR NOTICIAS DEL COMPLEJO DEPORTIVO	71
Gráfico 4.21 DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS QUE CONOCEN ALGUNA EMPRESA QUE PROVEA LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL NUEVO PROYECTO	74
Gráfico 4.22 DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD	78
Gráfico 4.23 DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN EL SEXO	79

INDICE DE FIGURAS

Figura 4.1 LOGO DE LA EMPRESA.....	86
Figura 4.2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN	90
Figura 4.3 MATRIZ FODA	93
Figura 5.1 LOCALIZACIÓN DEL TERRENO.....	103
Figura 5.2 DIAGRAMA DE PROCESO: USO DE CANCHAS SINTÉTICAS.....	106
Figura 5.3 DIAGRAMA DE PROCESO: USO DE GIMNASIO	109
Figura 6.1 ORGANIGRAMA COMPLEJO DEPORTIVO FÉNIX	123

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO	6
Tabla 1.2 ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO TÉCNICO	7
Tabla 1.3 ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	8
Tabla 1.4 ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO AMBIENTAL	9
Tabla 1.5 ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO FINANCIERO	9
Tabla 4.1 DEMANDA POTENCIAL	72
Tabla 4.2 ESTIMACIÓN DE LA OFERTA	76
Tabla 4.3 PRECIOS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS	88
Tabla 4.4 COSTOS E INVERSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	96
Tabla 5.1 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	100
Tabla 5.2 INVERSIONES INICIALES	111
Tabla 5.3 TERRENOS Y EDIFICACIONES	112
Tabla 5.4 OBRAS FÍSICAS	113
Tabla 5.5 INVERSIÓN CANCHA SINTÉTICA.....	114
Tabla 5.6 INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO DE GIMNASIO.....	115
Tabla 5.7 INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA, AUDIO Y VIDEO	116
Tabla 5.8 INVERSIÓN EN MUEBLES	117
Tabla 5.9 COSTOS GENERALES MENSUALES	118
Tabla 5.10 SALARIOS	119
Tabla 5.11 COSTOS SEGÚN SU NATURALEZA.....	120
Tabla 6.1 SALARIOS MENSUALES	128
Tabla 6.2 PRESTACIONES OBLIGATORIAS.....	139
Tabla 6.3 COSTOS E INVERSIONES ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	141
Tabla 6.4 COSTOS E INVERSIONES ESTUDIO LEGAL	142
Tabla 6.5 COSTOS E INVERSIONES ESTUDIO AMBIENTAL	142

Tabla 7.1 COMPONENTES DE INVERSIÓN INICIAL.....	145
Tabla 7.2 COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO	146
Tabla 7.3 CANTIDAD DE CLIENTES DEL GIMNASIO.....	147
Tabla 7.4 INGRESOS PROYECTADOS DEL GIMNASIO.....	147
Tabla 7.5 INGRESOS PROYECTADOS DE CANCHAS SINTÉTICAS	148
Tabla 7.6 DEPRECIACIÓN PROYECTADA DE ACTIVOS FIJOS	149
Tabla 7.7 PROYECCIÓN DE SALARIOS ANUALES.....	149
Tabla 7.8 FLUJO DE EFECTIVO: ESCENARIO PESIMISTA.....	152
Tabla 7.9 FLUJO DE EFECTIVO: ESCENARIO ESPERADO.....	153
Tabla 7.10 FLUJO DE EFECTIVO: ESCENARIO OPTIMISTA.....	154
Tabla 7.11 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	155
Tabla 7.12 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	156
Tabla 7.13 INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO PESIMISTA	157
Tabla 7.14 INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO ESPERADO	158
Tabla 7.15 INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO OPTIMISTA	159
Tabla 7.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIZACIÓN	160
Tabla 8.1 MATRIZ DE RIESGO	163
Tabla 8.2 MATRIZ DE CALOR	164
Tabla 8.3 RIESGOS MEDIOS.....	167
Tabla 8.4 RIESGOS ALTOS.....	168

FICHA TÉCNICA

1. OBJETO DEL ESTUDIO

Estudio de prefactibilidad financiera para la construcción del Complejo Deportivo Fénix, en Ciudad Colón.

2. TIPO DE ESTUDIO

Estudio de prefactibilidad financiera.

3. LUGAR

Ciudad Colón, San José, Costa Rica.

4. OBJETIVOS

4.1. General

Determinar la prefactibilidad financiera en la inversión de un Complejo Deportivo en el distrito de Ciudad Colón, desde el punto de vista mercadológico, técnico, administrativo, legal y ambiental.

4.2. Específicos

- Determinar el potencial de demanda y las principales necesidades del consumidor relacionadas a los servicios deportivos y de recreación.
- Realizar un estudio técnico, que permita conocer aspectos como la localización, el tamaño óptimo, tecnología requerida, entre otros, que deben tomarse en cuenta para desarrollar el proyecto.

- Definir la estructura organizacional y la normativa legal requerida para la operación del proyecto.
- Conocer el impacto ambiental que pueda provocar la construcción y operación del Complejo Deportivo.
- Estimar la rentabilidad, liquidez y riesgo que tiene este proyecto para conocer si representa una oportunidad de inversión.

INTRODUCCIÓN

Administrar es una de las actividades humanas más importantes, ya que es muy útil para la planificación, organización, dirección y control de las actividades. Por su parte, la evaluación de proyectos es una herramienta de gran importancia para las empresas, ya sean emprendedores o ya establecidas, para analizar una situación en la que se planea invertir. Gracias a este análisis se puede conocer en cierta medida los resultados que se obtendrían si se decide invertir.

La práctica de deportes es de vital importancia ya que contribuye a mejorar la salud física y mental, así como a mejorar la calidad de vida de las personas, ya que según datos de la OMS, realizar por lo menos 1 hora diaria de ejercicios, permite reducir los niveles de estrés. Hoy en día, la práctica de deportes se ha convertido en un hábito de todas las personas, ya que no solo lo hacen como una disciplina deportiva, sino que también es desarrollada como actividad de entretenimiento y recreación que no distingue ni edad ni sexo.

Debido a lo anterior, las personas buscan cuidar de su salud, así como también mejorar su aspecto físico, y para esto recurren a gimnasios y centros deportivos para realizar actividad física, lo cual genera una gran oportunidad de negocio, por lo tanto este proyecto pretende invertir en la construcción de un complejo deportivo en Ciudad Colón, para que sus habitantes puedan satisfacer estas necesidades. El presente estudio tiene el objetivo de determinar la factibilidad financiera de invertir en la construcción del complejo deportivo mencionado anteriormente.

El estudio está compuesto por ocho capítulos. El primer capítulo contiene las principales generalidades de la investigación. El segundo capítulo consiste en el marco teórico, en donde se desarrollan los conceptos más importantes de la investigación. El tercer capítulo es el marco metodológico, en el cual se describe la metodología aplicada en el desarrollo de la investigación. El cuarto capítulo

describe los resultados de la investigación de mercado. El quinto capítulo, el estudio técnico, describe el tamaño del proyecto, la localización y la tecnología necesaria para el proyecto. En el sexto capítulo, se describe la estructura organizacional, los requerimientos legales y la normativa ambiental aplicable al estudio. En el séptimo capítulo, se construyen los flujos de efectivo y se evalúan los indicadores de rentabilidad. En el octavo capítulo, se identifican y analizan todos los riesgos a las cuales el proyecto está expuesto.

Finalmente, se indican las conclusiones y recomendaciones, así como los anexos y apéndices que sustentan el contenido del estudio.

RESUMEN EJECUTIVO

Mediante la presente investigación, se busca determinar la factibilidad financiera de la construcción de un complejo deportivo en el distrito de Ciudad Colón. Este surge de la necesidad de los habitantes de este distrito de contar con un lugar que cuente con la infraestructura adecuada, equipo de primera calidad y que brinde la comodidad para practicar deportes y actividad física.

Para lograr determinar la factibilidad del proyecto, se realizó una investigación de mercados, en donde se entrevistaron a 100 habitantes de Ciudad Colón. En esta investigación de mercados, se determinó que el 77% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar los servicios que brindaría el nuevo proyecto, lo que nos indica que el mismo tendría una buena aceptación por parte de los habitantes, debido a que los mismos tienen que desplazarse grandes distancias para poder satisfacer estas necesidades. Mediante el análisis de la oferta, se determinaron que actualmente existen tres competidores directos para el nuevo proyecto, los cuales son dos gimnasios y una cancha de césped sintético, pero según comentarios recibidos de los encuestados, estos competidores no cuentan con el equipo ni la infraestructura óptima para brindar el servicio, además de que no son suficientes para satisfacer toda la demanda del distrito. También mediante este estudio, se planteó una estrategia de mercadeo en la que se definió el producto, el precio, la plaza y promoción.

Por otro lado, se determinaron todos los requerimientos técnicos necesarios para brindar los servicios propuestos, así como la inversión inicial que se requiere para empezar con el negocio. También se determinaron los requerimientos legales y la normativa jurídica que rige este tipo de negocios.

Una vez recopilada y analizada la información descrita anteriormente, se procedió a construir flujos de efectivo proyectados a 5 años, a través de tres escenarios: pesimista, esperado y optimista, en los cuales se varió la demanda de

clientes. Con los resultados de estos flujos proyectados, se determinó la rentabilidad de cada escenario utilizando el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión, en donde se concluyó que el proyecto es rentable únicamente bajo los supuestos del escenario optimista, por lo tanto se recomienda invertir en el proyecto solo con las condiciones del escenario optimista.

ABSTRACT

Through this research, we seek to determine the financial feasibility of the construction of a sports complex in the district of Ciudad Colón. This arises from the need of the people of this district to have a place that has adequate infrastructure, top quality equipment and provide comfort for sports and physical activity.

To determine the feasibility of the project, a market research was performed, where 100 residents of Ciudad Colón were interviewed. In this market research was determined that 77% of respondents would be willing to use the services that would provide the new project, which indicates that it would have a good acceptance by the inhabitants, because they have to travel long distances to satisfy these needs. By analyzing the offer, they were determined that there are currently three direct competitors for the new project, which are two gyms and a synthetic grass field, but according to comments received from respondents, these competitors do not have the equipment or infrastructure optimal to provide the service, plus they are not sufficient to satisfy the entire demand of the district. Also by this study, a marketing strategy was proposed in which the product, price, place and promotion was defined.

In addition, all technical requirements to provide the proposed services and initial investment required to start the business were determined. Legal requirements and legal regulations governing this business were also determined.

Once compiled and analyzed the information described above, we proceeded to construct cash flows projected 5-year through three scenarios: pessimistic, expected and optimistic, in which customer demand was varied. With the results of these projected flows, the profitability of each scenario was determined using the net present value, the internal rate of return and payback period of the investment, where it was concluded that the project is profitable only

under the assumptions of the optimistic scenario, therefore it is recommended to invest in the project only optimistic scenario conditions.

CAPITULO I

IDENTIFICACIÓN

El siguiente capítulo contiene los principales aspectos de la investigación, entre los que podemos mencionar la situación que origina el proyecto, la justificación del estudio, planteamiento del problema, objetivos, entre otros.

1. SITUACIÓN QUE ORIGINA EL PROYECTO

Actualmente, el distrito de Ciudad Colón, así como sus zonas aledañas y gran parte del país, se encuentra sumergido en un mundo más industrializado a causa de la globalización, lo que provoca que las personas se encuentren cansadas, llenas de preocupaciones y estrés laboral. Según datos de la OMS, realizar por lo menos 1 hora diaria de ejercicios, permite reducir los niveles de estrés, por lo tanto, las personas buscan diferentes opciones para ejercitarse y que los haga salir de la rutina diaria.

Una de las opciones dentro del ámbito deportivo son las canchas sintéticas para la práctica del fútbol, que según una publicación hecha por el semanario El Financiero, es una de las opciones favoritas debido a la gran pasión de los costarricenses por este deporte. También en esta misma publicación se menciona que otra de las prácticas favoritas y que ha ganado bastante popularidad son los gimnasios. Hoy en día, en Ciudad Colón únicamente existen 2 gimnasios y 1 cancha de césped sintético, los cuales no cumplen con la infraestructura adecuada ni tampoco dan abasto para toda la población de este distrito, que según datos del INEC, ha crecido aproximadamente en un 19% en la última década.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Es financieramente factible para el inversionista llevar a cabo la inversión que demanda la construcción de un Complejo Deportivo en el Distrito de Ciudad Colón?

3. OPORTUNIDADES

Es importante señalar la importancia de realizar una buena investigación, ya que la inversión en la construcción de un complejo deportivo, es un deseo que tanto el inversionista como el investigador comparten.

La pasión de los costarricenses por los deportes, principalmente por el fútbol, genera oportunidades a pequeños y grandes empresarios, lo cual representa una oportunidad para el inversionista de incursionar en este mercado, así como al investigador para una posible administración del proyecto.

4. NECESIDAD A RESOLVER

El inversionista desea invertir sus recursos financieros, de manera que pueda generar utilidades mediante la utilización de los mismos.

Este negocio satisface la necesidad de brindar un lugar que cuente con canchas sintéticas para la práctica del fútbol, gimnasio equipado, salones para eventos, entre otros, y que se diferencie de los servicios que ofrece actualmente el mercado, uniendo varios servicios en un solo lugar y que cuenten con la infraestructura adecuada y tenga la comodidad que el cliente desea.

5. ALTERNATIVAS SELECCIONADAS

- Un estudio de prefactibilidad para la construcción de un cementerio de mascotas.
- Un análisis financiero integral para la empresa KPMG.
- Un estudio de prefactibilidad para la construcción de un complejo deportivo en Ciudad Colón.

6. ALTERNATIVA ESCOGIDA

La alternativa escogida fue el estudio de prefactibilidad para la construcción de un complejo deportivo en Ciudad Colón. Esta decisión se basó principalmente en el interés tanto del inversionista como del investigador de incursionar en este mercado, además de brindarles a los habitantes de Ciudad Colón un lugar apto para la práctica de deportes y recreación.

7. OBJETIVOS

7.1. Objetivo general

Determinar la prefactibilidad financiera en la inversión de un Complejo Deportivo en el distrito de Ciudad Colón, desde el punto de vista mercadológico, técnico, administrativo, legal y ambiental.

7.2. Objetivos específicos

1. Determinar el potencial de demanda y las principales necesidades del consumidor relacionadas a los servicios deportivos y de recreación.

2. Realizar un estudio técnico, que permita conocer aspectos como la localización, el tamaño óptimo, tecnología requerida, entre otros, que deben tomarse en cuenta para desarrollar el proyecto.
3. Definir la estructura organizacional y la normativa legal requerida para la operación del proyecto.
4. Conocer el impacto ambiental que pueda provocar la construcción y operación del Complejo Deportivo.
5. Estimar la rentabilidad, liquidez y riesgo que tiene este proyecto para conocer si representa una oportunidad de inversión.

8. JUSTIFICACIÓN

La intención es invertir en la construcción de un Complejo Deportivo que cuente con canchas sintéticas para la práctica del fútbol, gimnasio equipado, salones para eventos, entre otros, ubicado en el distrito de Ciudad Colón y que se diferencie de los servicios que ofrece actualmente el mercado, uniendo varios servicios en un solo lugar, con el fin de que los habitantes de este distrito tengan una alternativa en su propio distrito para la práctica de actividad física y recreativa, evitando así que tengan que movilizarse hasta lugares más lejanos.

9. RECURSOS DISPONIBLES

9.1. Recursos de la investigación

Para la realización de la investigación se cuenta únicamente con los recursos monetarios e intelectuales del investigador, no se tiene ningún apoyo monetario ni de ningún otro tipo de fuente externa. Tanto el investigador como

el inversionista se desempeñan en labores distintas al estudio, por lo que el recurso del tiempo fue limitado.

Se contaron con recursos informáticos como las herramientas de Microsoft Office, así como páginas web especializadas en temas relacionados al estudio. También se tuvo acceso a la biblioteca del Centro Académico en San José, para la obtención de material para soportar el estudio de forma adecuada.

9.2. Recursos del proyecto

Para la puesta en marcha del proyecto, el inversionista principal dispone de un capital para este proyecto en específico, además se contaría con el apoyo de nuevos posibles inversionistas que estén interesados en invertir en este proyecto.

Con respecto al recurso humano, se cuenta con el inversionista principal, el cual cuenta con mucha experiencia en el manejo y liderazgo de personal, además tiene estudios en Administración de Empresas y Economía.

10. METAS DEL ESTUDIO

10.1. Meta general

Determinar la prefactibilidad financiera de construir un Complejo Deportivo en Ciudad Colón.

10.2. Metas específicas

- Obtener un entendimiento del mercado, así como la demanda, oferta, proveedores, entre otros, por medio de encuestas y entrevistas.
- Determinar la estrategia de comercialización.

- Determinar los costos asociados con los estudios de mercadeo, técnico, organizacional, legal, ambiental y financiero.
- Indagar sobre las materias primas, maquinaria, equipos, entre otros, relacionadas a la parte técnica del proyecto.
- Obtener y leer documentación, normativa legal, jurídica, laboral, tributaria y ambiental que esté directamente relacionada con la realización del proyecto.
- Identificar las posibles inversiones iniciales del proyecto, así como posibles fuentes de financiamiento.

11. ACTORES INVOLUCRADOS

11.1. Estudio de mercado

Tabla 1.1
ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO
Octubre 2014

ACTOR	ROL
Cliente meta	Son los encargados de suministrar la información para la realización de la mezcla de mercadeo.
Agencia publicitaria	Encargados de brindar la información relacionada a los costos de inversión en el área de mercadeo, así como el desarrollo de la misma.

FUENTE: Elaboración propia.

11.2. Estudio técnico

Tabla 1.2
ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO TÉCNICO
Octubre 2014

ACTOR	ROL
Proveedores	Encargados de suministrar información relacionada con los costos de los insumos.
Maestro de obras/Ingeniero	Encargado de brindar las especificaciones, cantidad, tamaño y detalles requeridos para la construcción del proyecto.

FUENTE: Elaboración propia.

11.3. Estudio organizacional y legal

Tabla 1.3
ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL
Octubre 2014

ACTOR	ROL
Dirección General Tributaria	Entidad encargada de la recaudación de impuestos y de registro de la empresa como contribuyente.
Municipalidad de Mora	Entidad encargada de otorgar las patentes para el funcionamiento de la empresa, así como los permisos de construcción.
Ministerio de Salud	Entidad encargada de emitir el Permiso Sanitario de Funcionamiento.
Instituto Nacional de Seguros	Entidad responsable de emitir las pólizas de Riesgos del Trabajo.
Administrador del Proyecto	Encargado de diseñar los procesos, puestos y funciones dentro de la empresa.

FUENTE: Elaboración propia.

11.4. Estudio ambiental

Tabla 1.4
ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO AMBIENTAL
Octubre 2014

ACTOR	ROL
SETENA	Entidad encargada de velar por el impacto ambiental de los negocios en el país.
Municipalidad de Mora	Entidad responsable de aplicar la normativa del MINAE para la aprobación de patentes.

FUENTE: Elaboración propia.

11.5. Estudio financiero

Tabla 1.5
ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ESTUDIO FINANCIERO
Octubre 2014

ACTOR	ROL
Inversionista	Encargado de determinar el capital destinado para el proyecto, así como la rentabilidad deseada para el negocio.
Dirección General Tributaria	Entidad encargada de brindar los costos tributarios del proyecto.

FUENTE: Elaboración propia.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1. Conclusiones

- El proyecto consiste en la construcción de un complejo deportivo que incluya canchas de césped sintético para la práctica del fútbol, gimnasio equipado, sala de eventos, entre otros.
- El proyecto surge de la necesidad de lugares para practicar fútbol, que tenga la infraestructura adecuada para abastecer a toda la demanda.
- El principal socio del proyecto será el señor Jerny Gutiérrez Álvarez.
- El proyecto requiere la creación de un nuevo negocio.
- El investigador ve en este proyecto un potencial negocio exitoso.

12.2. Recomendaciones

- En caso de ponerse en marcha el proyecto, realizar un plan estratégico, así como un plan de trabajo.
- Cumplir con las metas reflejadas en este capítulo, así como los objetivos.
- Realizar un cronograma de actividades a seguir, para no tener inconvenientes con respecto al tiempo.
- Brindar la importancia necesaria a todos los involucrados de esta investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se desarrollan conceptos importantes correspondientes a la investigación, con el fin de lograr la comprensión de los estudios que se necesitan llevar a cabo para determinar la factibilidad de un proyecto.

1. ADMINISTRACIÓN

1.1. Definición

“Administración es el proceso mediante el cual se diseña y se mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos, cumplen metas específicas de manera eficaz.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 4).

“Administrar es una de las actividades humanas más importantes. Desde que las personas empezaron a conformar grupos para lograr metas que no podían cumplir como individuos, la administración ha sido esencial para asegurar la coordinación de los esfuerzos individuales.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 4).

1.2. Funciones administrativas

Según Koontz, Weihrich, & Cannice, estas funciones, por lo general, son desempeñadas por los gerentes; sin embargo, a medida que una organización crece, mayor cantidad de colaboradores tendrán que ir trabajando con ellas, además estas subdivisiones surgen para facilitar el entendimiento de los procesos administrativos.

1.2.1. Planear

“Es seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para alcanzarlos, lo cual requiere toma de decisiones.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 30).

“Si se quiere que el esfuerzo del grupo sea efectivo, las personas deben saber lo que se espera que cumplan. Ésta es la función de la planeación.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 108).

1.2.2. Organizar

“Es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencional de funciones para que las personas se desempeñen en una organización; es intencional en el sentido de asegurarse que todas las tareas necesarias para lograr las metas se asignen, en el mejor de los casos, a las personas más aptas para realizarlas.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, págs. 30, 31).

1.2.3. Integrar el personal

“Requiere cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo; inventariar a las personas disponibles y reclutar, seleccionar, colocar, promover, evaluar y planear sus carreras.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 31).

1.2.4. Dirigir

“Es influenciar a las personas para que contribuyan a las metas organizacionales y de grupo.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 31).

“Como el liderazgo supone seguidores y las personas tienden a seguir a los que ofrecen medios para satisfacer sus necesidades, anhelos y deseos, es comprensible que dirigir suponga motivar, estilos y enfoques de liderazgo y comunicación.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 31).

1.2.5. Controlar

“Es medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los sucesos se conformen a los planes.” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 31).

1.3. Objetivos organizacionales

“Son el conjunto de metas de la organización que se emplean para poner en práctica la declaración de misión, es específico y tiene un marco de tiempo bien definido.” (Dess, Lumpkin, & Eisner, 2011, pág. 28).

1.3.1. Objetivo general

Es el objetivo principal, lo que se pretende lograr de manera general, por lo tanto, expresa el propósito principal del proyecto.

1.3.2. Objetivos específicos

Representan los pasos que se deben realizar o llevar a cabo para alcanzar el objetivo general.

1.4. Misión

“Incluye tanto el objetivo de la compañía como la base de su competencia y ventaja competitiva.” (Dess, Lumpkin, & Eisner, 2011, pág. 27).

1.5. Visión

“Es una meta que inspira a muchos, tiene un gran alcance y abarca un tiempo de largo plazo, representa un destino y despierta la pasión que sirve de impulso, puede tener éxito o no según que todo lo demás suceda de acuerdo con la estrategia de una empresa.” (Dess, Lumpkin, & Eisner, 2011, pág. 25).

2. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

2.1. Definición

“Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 1).

Por su parte, Rosales (2008, pág. 58) nos indica que “la evaluación de un proyecto consiste en realizar una comparación, de acuerdo a uno o varios patrones o normas previamente establecidas, entre los recursos que se estima pueden ser utilizados por el proyecto y los resultados esperados del mismo, con el propósito de determinar si se adecúa o no a los fines u objetivos perseguidos y permita la mejor asignación de los recursos disponibles.”

2.2. Importancia

“La preparación y evaluación de proyectos es un instrumento de decisión que determina si éste se muestra rentable debe implementarse, pero que si resulta no rentable debe abandonarse.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 1).

2.3. Clasificación de los proyectos de inversión

Debido a la gran diversidad de proyectos que existen, Sapag & Sapag comentan que estos se clasifican en:

2.3.1. Según el objetivo o la finalidad del estudio

Sapag y Sapag (2008, pág. 5) nos muestran que según la finalidad del estudio, estos se pueden clasificar en tres tipos:

- Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, donde se mide el proyecto en función de la totalidad de la inversión, sin importar de donde provengan los fondos.
- Estudios para medir la rentabilidad del inversionista, el cual estará determinado con base en los recursos que el mismo haya aportado.
- Estudios para medir la capacidad de pago del proyecto, para todas aquellas deudas que deban ser eventualmente asumidas para su realización.

2.3.2. Según la finalidad o el objeto de la inversión

El tipo de proyecto según el objeto de la inversión se divide básicamente en:

- Proyectos que buscan la creación de nuevos negocios: En este tipo, la evaluación se centrará en la determinación de todos los costos y beneficios relacionados con la inversión.
- Proyectos que buscan evaluar un cambio en una empresa: Este tipo de proyectos analizan la viabilidad de crecimiento de la

empresa o de la implementación de alguna modernización para ofrecer un mejor servicio.

2.4. Ciclo de vida de los proyectos de inversión

Thompson (2009) indica que “lo que debe tenerse en cuenta es que la comprensión del ciclo de un proyecto es un aspecto fundamental para poder ubicar la evaluación dentro del conjunto de actividades a realizar.” De aquí, que resulta sumamente importante que, antes de iniciar el proceso, se comprenda cual es el ciclo normal que seguirá el proyecto, para de esta manera, entender las etapas que debemos de completar y el orden que se seguirá. Así se garantizará que el proyecto sigue un orden lógico de acción y que no se dejará sin realizar ninguna etapa que pueda resultar vital.

De acuerdo a Sapag & Sapag (2008, pág. 21), dentro del ciclo de vida de un proyecto se encuentran las etapas que se describirán a continuación:

2.4.1. Idea

Esta etapa se da básicamente en organizaciones ya estructuradas operacionalmente, donde ya previamente, se han definido problemas que pueden resolverse u oportunidades de nuevos negocios que pueden ser aprovechadas.

2.4.2. Pre inversión

Durante esta etapa se realiza los siguientes estudios:

- Perfil: “Se elabora a partir tanto de la información existente, como del juicio común y de la opinión que da la experiencia. En el estudio de perfil, más que calcular la rentabilidad del

proyecto, se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen recursos, a veces de magnitudes importantes, para calcular la rentabilidad en niveles más acabados de estudio.” (2008, pág. 22).

- Prefactibilidad: “Éste profundiza en la investigación, y se basa principalmente en fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales (...). En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.” (2008, pág. 22).
- Factibilidad: “Se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes de información primarias. Las variables cualitativas son mínimas, comparadas con las de los estudios anteriores. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítem.” (2008, pág. 23).

2.4.3. Inversión

Etapa en la que se tiende a ejecutar físicamente el proyecto según ha sido especificado en la etapa de pre inversión, con el propósito de empezar a disfrutar los beneficios que se estimaron, por lo tanto es cuando el proyecto llega a ser una realidad.

2.4.4. Operación

La última etapa es en sí, la puesta en marcha del negocio, cuando todo lo planeado se realiza. En esta, es fundamental incluir una fase de

control que nos ayudará a confirmar que todo este saliendo según el plan original.

2.5. Estudio de prefactibilidad

“Un proyecto a nivel de prefactibilidad, es un documento bastante acabado, coherente, con información y análisis muy profundo sobre variables importantes como: el mercado, la tecnología, la rentabilidad financiera, económica-social y el impacto ambiental. Es un documento completo con niveles mínimos de incertidumbre y facilita al gerente la toma de decisiones sobre el proyecto.” (Rosales Posas, 2008, pág. 89).

2.6. Alcances del estudio de proyectos

Para evaluar un proyecto se realizan estudios de “viabilidad comercial, técnica, legal, organizacional, de impacto ambiental y financiera.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág.19).

2.7. Emprendedurismo

2.7.1. Definición

El término emprendedor según el Diccionario de la Real Academia Español se refiere a quien “emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. En otras palabras, se podría decir que Emprendedurismo hace referencia a la creación de una nueva empresa o un nuevo negocio.

2.7.2. Emprendedurismo en Costa Rica

Las condiciones del entorno costarricense (...) y los importantes riesgos económicos y culturales de “ser empresario(a)”, dificultan un vigoroso desarrollo del proceso emprendedor. En el sistema educativo predomina todavía un enfoque mayormente dirigido a la formación de futuros empleado(a)s que a la formación de futuros empresario(a)s. (Petry & Lebediker, 2011).

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Definición

“El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 26).

Por su parte, Rosales (2008, pág. 122) nos expresa que se requiere comprobar la existencia de una necesidad insatisfecha; establecer la cantidad de bienes o servicios provenientes del posible proyecto y que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios o tarifas, e identificar los medios por los cuales la oferta y la demanda logran contactarse.

3.2. Importancia

“El estudio de mercados permite conocer tanto el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar, como la demanda.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 63).

Sapag & Sapag también mencionan que los objetivos particulares de este estudio es ratificar la posibilidad real de colocar el producto o servicio que

elaboraría el proyecto en el mercado, conocer los canales de comercialización que podrían usarse, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores. (2008, pág. 63).

3.3. Mercado de un proyecto

Es importante al momento de estudiar el mercado del proyecto, tomar en cuenta todos los agentes que de alguna u otra manera tengan una influencia al momento de definir la estrategia comercial. Sapag & Sapag definen cinco sub-mercados a saber:

- 3.3.1. Mercado proveedor: “Es en el que se estudian todas las alternativas de obtención de materia prima, así como de sus sustitutos, durabilidad, necesidad de infraestructura para su bodegaje, oportunidad y demoras en la recepción, disponibilidad, etc.” (2008, pág. 65).
- 3.3.2. Mercado competidor: “Son las empresas que elaboran y venden productos similares a los del proyecto.” (2008, pág. 66).
- 3.3.3. Mercado distribuidor: “Es el sistema que garantiza la entrega oportuna de los productos al consumidor.” (2008, pág. 67).
- 3.3.4. Mercado consumidor: Es el cliente final que va a adquirir nuestro producto o servicio.
- 3.3.5. Mercado externo: “Son las fuentes externas de abastecimiento de materias primas que no se pueden conseguir en el mercado local.” (2008, pág. 67).

3.4. El cliente

El cliente es el elemento más importante del análisis del mercado, debido a que será el consumidor o el comprador del producto o servicio que la compañía ofrecerá.

3.5. La oferta

3.5.1. Definición

“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (Rosales, 2008, pág. 128).

Es importante al momento de analizar la oferta, considerar que su comportamiento se puede dar en función de una cantidad de factores, entre los que se encuentran: Precio del producto o servicio, factores de producción, precio de productos alternos, tecnología de producción y disponibilidad y calidad de los recursos. (Rosales, 2008, pág. 130).

3.6. La demanda

3.6.1. Definición

“La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (Rosales, 2008, pág. 132).

3.6.2. Cantidad demandada

“La cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 44).

3.6.3. Tipos de bienes

Según Sapag, existen tres tipos de bienes, los cuales son:

- Bienes sustitutos: “Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar a la del bien del proyecto y, por lo tanto, el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar de consumir el bien del proyecto, si este subiera de precio.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 49).
- Bienes complementarios: “Son aquellos que se consumen de manera conjunta y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro, y viceversa.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 50).
- Bienes independientes: Son aquellos que no tienen ninguna relación entre sí, de modo que un cambio en el precio de un bien independiente no afectara la demanda del otro bien.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 51).

3.7. Estrategia de comercialización

“Es la lógica de marketing con que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de marketing.” (Kotler & Armstrong, 2009, pág. 48). La estrategia de comercialización se divide en 4 componentes, que son:

3.7.1. Producto

“Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta.” (Kotler & Armstrong, 2009, pág. 53).

3.7.2. Precio

“Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto.” (Kotler & Armstrong, 2009, pág. 53).

3.7.3. Plaza o distribución

“Incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto esté a la disposición de los consumidores meta.” (Kotler & Armstrong, 2009, pág. 54).

3.7.4. Promoción

“La promoción implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta que lo compren.” (Kotler & Armstrong, 2009, pág. 54).

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Definición

Es el estudio que “permite analizar y proponer las diferentes opciones tecnológicas para producir el bien o servicio que se requiere, verificando la factibilidad técnica de cada una de ellas.” (Rosales, 2008, pág. 143).

4.2. Importancia

Según Rosales, el estudio técnico es importante porque “identificará los equipos, maquinarias e instalaciones necesarias para el proyecto, y por lo tanto, los costos de operación.” (2008, pág. 143).

4.3. Tamaño del proyecto

“El tamaño dependerá del tipo de proyecto que se esté formulando. El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal del proyecto.” (Rosales, 2008, pág. 146).

4.4. Localización del proyecto

“Tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes.” (Rosales, 2008, pág. 143).

“Por lo general la localización se hace en función de dos factores, uno relacionado con los consumidores del bien o del servicio y el otro con la localización de los insumos o facilidades existentes de servicios básicos como agua, luz, vías de acceso, así como la disponibilidad de recursos, restricciones de financiamiento y disponibilidad de terrenos. Si las condiciones lo requieren, se deberán considerar las restricciones de tipo ambiental que limiten la ubicación de las facilidades en sitios sensibles a este tipo de modificaciones.” (Rosales, 2008, pág. 145).

4.4.1. Macro localización

Se le conoce también como macro zona y tiene como objetivo encontrar la mejor ubicación para el proyecto. Esta es determinada por medio de las características físicas y los factores socioeconómicos más importantes.

4.4.2. Micro localización

También conocida como micro zona, muestra la ubicación más específica, precisa de manera más exacta el sitio donde se localizará el proyecto.

4.5. Inversión en equipamientos

“Por inversión en equipos se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto, por ejemplo maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 154).

4.6. Inversión en obras físicas

“Las inversiones en obra física incluyen desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 158).

Sapag & Sapag también nos menciona que “si el proyecto contempla el arrendamiento de alguna obra física (...) se omite en este balance y se incluye en los costos de operación del proyecto, ya que no constituye una inversión y si un desembolso durante la operación.” (2008, pág. 160).

4.7. Balance de personal

“El estudio del proyecto requiere la identificación y cuantificación del personal que se requiere para operar el proyecto, de manera tal que se pueda determinar el costo de su remuneración (...). Es importante considerar tanto la mano de obra directa como la indirecta, basándose en precios actuales del mercado laboral. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, págs. 160, 161).

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Definición

“Es aquel que busca definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios de cada proyecto que exija su ejecución.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 226).

5.2. Importancia

Sapag y Sapag mencionan que “para alcanzar los objetivos propuestos por el proyecto es preciso canalizar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más adecuada a dichos objetivos, cuya instrumentación se logra por medio del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres variables básicas para su gestión: las unidades organizativas, los recursos humanos, materiales y financieros, y los planes de trabajo.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 227).

5.3. Factores organizacionales

Según Sapag & Sapag, los factores organizacionales se clasifican en cuatro áreas, las cuales son:

5.3.1. Participación de unidades externas al proyecto

“La definición de la participación de unidades externas, permitirá definir los espacios físicos requeridos una vez adoptada la decisión más convincente para el proyecto. En este sentido, resulta valido considerar que una opción de participantes externos podrá requerir menos inversiones, puesto que la tarea específica se entrega a un tercero, quien podrá disponer de sus propios espacios físicos.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 230).

Casi todos los proyectos de inversión presentan dos tipos de participaciones posibles de entidades externas (...). La primera, que se presenta en la totalidad de los proyectos, se refiere a las relaciones con proveedores y clientes en general (...). La segunda se refiere a decisiones internas que determinan la participación de entidades externas y, por tanto, la incorporación de unidades coordinadoras y fiscalizadoras en la estructura organizativa del proyecto. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 231).

5.3.2. Tamaño de la estructura organizativa

“El tamaño del proyecto es el factor que aparentemente tiene mayor influencia en el diseño y tamaño de la estructura organizacional.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 231).

5.3.3. Tecnología administrativa

“El tamaño de la estructura puede asociarse con la tecnología administrativa de los procedimientos incorporados al proyecto, de los cuales podrán derivarse los recursos humanos y materiales que se necesitaran en el desarrollo de las actividades relacionadas.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 231).

5.3.4. Complejidad de las tareas administrativas

“La complejidad de los procedimientos administrativos, y de la organización en sí, puede, en ciertos proyectos, convertirse en factor determinante para el diseño de la estructura organizativa. La diversidad de tareas tiende a incrementar las necesidades de comunicación verticales, y exige una mayor extensión de las divisiones jerárquicas.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 231).

6. ESTUDIO LEGAL

6.1. Definición

“El ordenamiento jurídico de cada país, fijado por su constitución política, sus leyes, reglamentos, decretos y costumbres, entre otros, determina diversas condiciones que se traducen en normas permisivas o prohibitivas que pueden afectar directa o indirectamente el flujo de caja que se elabora para el proyecto que se evalúa.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 244).

6.2. Importancia

Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal de referencia en el que se encuentran incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente está aceptado por la sociedad, es decir, lo que se manda, prohíbe o permite a su respecto. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 245).

Sapag & Sapag también indican que el conocimiento de la legislación aplicable a la actividad económica y comercial resulta fundamental para la preparación eficaz de los proyectos, no solo por las inferencias económicas que pueda derivarse del análisis jurídico, sino también por la necesidad de conocer

las disposiciones legales para incorporar los elementos administrativos, con sus respectivos costos, y para que posibiliten que el desarrollo del proyecto se desenvuelva fluida y oportunamente. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 245).

6.3. Principales consideraciones económicas del estudio legal

“Deberán analizarse los diversos aspectos que puedan significar desembolsos como consecuencia de la necesaria participación de expertos legales en la confección de contratos, escrituras, gastos notariales y otros costos pertinentes vinculados con los aspectos legales.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 247).

“Quizás los efectos económicos de los aspectos legales que más frecuentemente se consideran en la viabilidad de un proyecto son los que tienen relación con el tema tributario, como los impuestos a la renta y al patrimonio, los gastos previsionales y de salud o el impuesto al valor agregado (...).” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 248).

6.4. Requisitos de operación comercial

Dentro de los principales requisitos de operación comercial que requiere todo negocio comercial, se encuentran los siguientes:

- Patente.
- Certificado de uso de suelos.
- Permiso sanitario de funcionamiento.
- Póliza de riesgos del trabajo

7. ESTUDIO AMBIENTAL

7.1. Definición

“Es un estudio de todos los efectos relevantes, positivos y negativos, de una acción propuesta sobre el medio ambiente. El estudio debe considerar todos los factores susceptibles de ser afectados que conforman el medio ambiente: físicos, biológicos, socioculturales, económicos, etc.” (Rosales, 2008, pág. 186).

Por su parte Sapag & Sapag indican que “el estudio debería incluir todos los peligros, riesgos e impactos asociados con las personas, el medio ambiente, la comunidad del entorno y los bienes físicos donde se inserta el proyecto.” (2008, pág. 35).

7.2. Tipología de estudio de impacto ambiental

Según Sapag & Sapag, estas se dividen en tres tipos:

7.2.1. Cualitativos

“Identifican, analizan y explican los impactos positivos y negativos que podrían ocasionarse en el ambiente con la implementación del proyecto. Tanto la jerarquización como la valoración de estos efectos se basan comúnmente en criterios subjetivos (...).” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 32).

7.2.2. Cualitativos-numéricos

“Relacionan factores de ponderación en escalas de valores numéricos a las variables ambientales.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 32).

7.2.3. Cuantitativos

“Determinan tanto los costos asociados con las medidas de mitigación total o parcial como los beneficios de los daños evitados, incluyendo ambos efectos dentro de los flujos de caja del proyecto que se evalúa.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 32).

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1. Definición

Es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, el mismo pretende “ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 29, 30).

Por su parte, Rosales (2008, pág. 151, 152) indica que “la evaluación financiera tiene por objeto estudiar la factibilidad de un proyecto desde el punto de vista de sus resultados financieros. Por consiguiente, los ingresos y costos del proyecto se calculan en términos monetarios a los precios de mercado vigentes. Esto permite situar alternativas en orden jerárquico de rentabilidad.”

8.2. Importancia

La importancia del estudio financiero es que, se puede determinar si el proyecto es factible, lo cual nos va a permitir la realización o no del mismo, de lo contrario, nos permite tener la posibilidad de descartar el proyecto.

En el estudio financiero “se debe analizar la información que proveen los estudios de mercado, técnico y organizacional para definir la cuantía de las

inversiones de un proyecto debe sistematizarse, con el fin de ser incorporada como un antecedente más en la proyección del flujo de caja que facilite su posterior evaluación.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 259).

8.3. Costos de inversión

Dentro de los costos de inversión de un proyecto, se pueden mencionar los siguientes:

8.3.1. Inversión inicial

“Salida de efectivo relevante para un proyecto propuesto en tiempo cero.” (Gitman, 2007, pág. 322).

8.3.2. Inversiones previas a la puesta en marcha

Sapag & Sapag indican que existen tres tipos de inversiones que deben hacerse antes de la puesta en marcha del proyecto: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. (2008, pág. 259).

- Inversiones en activos fijos: “Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen activos fijos, entre otros, los terrenos, las obras físicas, el equipamiento de la planta, oficinas y salas de venta, y la infraestructura de servicios de apoyo”. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 259, 260).
- Inversiones en activos intangibles: “Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 260).

- Inversiones en capital de trabajo: “Constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaños determinados.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 262).

8.4. Costos de operación

Dentro de los costos de operación de un proyecto se pueden incluir los siguientes:

8.4.1. Costos de producción

“Son aquellos que se relacionan de forma directa con la elaboración del producto o la prestación del servicio, entre los principales se tienen: costos en recursos humanos, de insumos y materiales, de mantenimiento y otros de producción.” (Rosales, 2008, pág. 158).

8.4.2. Costos administrativos

“Son los que vinculan aquellas actividades que conllevan la administración de los recursos y la gestión contable del proyecto. Entre los principales se encuentran: los salarios administrativos, papelería, servicios públicos, de comunicación, depreciación de oficinas y equipos administrativos, y seguros.” (Rosales, 2008, pág. 158).

8.4.3. Costos de ventas

“Son todos aquellos que se relacionan con la distribución y comercialización de los productos o servicios. Entre los principales se encuentran: sueldos y salarios de vendedores, servicios de comunicación,

fletes, asistencia técnica a clientes y distribuidores y comisiones sobre ventas.” (Rosales, 2008, pág. 158).

8.4.4. Costos totales de operación

“Son la sumatoria de todos aquellos costos que intervienen durante la etapa de funcionamiento del proyecto, o sea, los que ocurren debido a la elaboración de los productos o prestación de los servicios para la cual se creó el proyecto.” (Rosales, 2008, pág. 159).

8.5. Flujos de caja

Gitman define los flujos de caja como “un resumen de los flujos de efectivo de un periodo específico. El estado permite comprender mejor los flujos operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo.” (2007, pág. 45).

Por su parte, Rosales (2008, pág. 160) indica que “el análisis del flujo de fondos determina la diferencia entre los costos y los beneficios incrementales anuales del proyecto, de tal manera que se pueda evaluar su factibilidad.”

8.5.1. Elementos del flujo de caja

Sapag & Sapag (2008, pág. 291, 292) nos indican que los flujos de caja están compuesto de cuatro elementos:

- Egresos iniciales de fondo: “Corresponden al total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, si bien no implicará un desembolso en su totalidad antes de iniciar la operación,

también se considera como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.” (2008, pág. 292).

- Ingresos y egresos operativos: Constituyen todos los flujos de entradas y salidas reales de caja. “Es usual encontrar cálculos de ingresos y egresos basados en los flujos contables en estudios de proyectos, los cuales, por su carácter de causados o devengados, no necesariamente ocurren de manera simultánea con los flujos reales.” (2008, pág. 292)
- Momento en que ocurren dichos ingresos y egresos.
- Valor de desecho o salvamento del proyecto. “Es el valor remanente de la inversión.” (2008, pág. 292).

8.5.2. Estructura de un flujo de caja

Según Sapag y Sapag (2008, pág. 296, 297) los flujos de caja de los proyectos tienen los siguientes elementos:

- Ingresos gravables: ingresos por la venta de bienes o servicios, al igual que por la venta de activos que se reemplazan.
- Egresos gravables: costos de producir unidades o de prestar servicios, comisiones, gastos de administración y ventas.
- Gastos no desembolsables: depreciación, amortización de activos y los valores en libros de activos que se venden.
- Cálculo por impuestos: tasa de impuestos que se aplica sobre las utilidades.
- Ajuste por gastos no desembolsables: busca anular el efecto de incluir gastos que no afectaron efectivo, pero manteniendo el efecto tributario que generan dichos gastos para el proyecto.
- Ajuste por egresos no gravables: aquellos desembolsos de efectivo que no son parte del estado de resultados cuando se

incurrir en ellos y que deben ser incluidos en el flujo porque constituyen movimientos de caja; son las inversiones, generalmente es solo un cambio en activos.

- Beneficios no afectos a impuesto: constituye el valor de desecho del proyecto y el capital de trabajo recuperado, si hubiese.

8.6. Criterios de evaluación financiera

De acuerdo con Rosales (2008, pág. 161, 163) la evaluación de proyectos se realiza con el fin de poder decidir si es conveniente o no realizar un proyecto de inversión, por lo tanto es importante mencionar que existen indicadores para la evaluación financiera, entre ellos:

8.6.1. Valor actual neto (VAN)

“Técnica compleja del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus entradas de efectivo descontadas a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa.” (Gitman, 2007, pág. 357).

“Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su VAN es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 321).

8.6.2. Tasa interna de retorno

“Técnica compleja del presupuesto de capital; tasa de descuento que iguala el VAN de una oportunidad de inversión a cero; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el

proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.” (Gitman, 2007, pág. 359).

“Representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuese produciendo.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 323).

8.6.3. Periodo de recuperación

“Se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultando que se compara con el número de periodos aceptable por la empresa.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 329).

8.7. Evaluación del riesgo

8.7.1. Definición

Sapag y Sapag (2008, pág. 371) nos indican que “el riesgo de un proyecto se define como la variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los estimados. Cuanto más grande sea esta variabilidad, mayor es el riesgo del proyecto. Así, el riesgo se manifiesta en la variabilidad de los rendimientos del proyecto, puesto que se calculan sobre la proyección de los flujos de caja.”

“Existe riesgo cuando hay una situación en la cual una decisión tiene más de un posible resultado y probabilidad de cada resultado específico se conoce o se puede estimar. Existe incertidumbre cuando esas posibilidades no se conocen o no se pueden estimar.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 371).

8.7.2. Métodos para tratar el riesgo

“Para incluir el efecto del factor riesgo en la evaluación de proyectos de inversión se han desarrollado diversos métodos o enfoques que no siempre conducen a un resultado idéntico.

El criterio subjetivo es uno de los métodos comúnmente utilizados. Se basa en consideraciones de carácter informal de quien toma la decisión, sin incorporar específicamente el riesgo del proyecto, salvo en su apreciación personal.

Los métodos basados en mediciones estadísticas son quizá los que logran superar de mejor manera, aunque no definitivamente, el riesgo asociado con cada proyecto. Para ello, analizan la distribución de probabilidades de los flujos futuros de caja para presentar a quien tome la decisión de aprobación o rechazo los valores probables de los rendimientos y de la dispersión de su distribución de probabilidad.

Un método diferente de inclusión del riesgo en la evaluación es el del ajuste a la tasa de descuento. Con este método, el análisis se efectúa sólo sobre la tasa pertinente de descuento, sin entrar a ajustar o evaluar los flujos de caja del proyecto.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 375).

“Otro de los criterios que debe evaluarse es el de los valores esperados. Este método combina las probabilidades de ocurrencia de los resultados parciales y finales para calcular el valor esperado de su rendimiento.”

“El último método que se estudia en este texto es el análisis de sensibilidad, el cual permite definir el efecto que tendrían sobre el resultado de la evaluación cambios en uno o más de los valores estimados en sus parámetros.” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 376).

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se describe la metodología aplicada para el desarrollo de este estudio, en la cual se desarrollan los siguientes componentes: enfoque de investigación, tipo de investigación, fuentes y sujetos, técnicas de investigación, detalles estadísticos, trabajo de campo y procesamiento de la información.

1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se basó en un enfoque mixto, que según Hernández, Fernández & Bautista (2010, pág. 546) “es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, esto con el objetivo de obtener una fotografía más completa del fenómeno. Se realiza una descripción de procesos, tomando en cuenta ciertas mediciones para determinar que las descripciones se estén realizando de una manera correcta.”

En esta investigación se utilizó el enfoque cuantitativo debido a que el problema de estudio se encuentra delimitado, concreto y el temas es específico, además que se requirió la aplicación y utilización de datos numéricos que nos permitieron conocer el rendimiento financiero del proyecto, así como de los datos numéricos que se obtuvieron en el transcurso de la investigación, sirvieron de base para calcular y proyectar la demanda y oferta del servicio. Por otro lado, también se revisó literatura sobre proyectos y temas relacionados a la investigación, para crear un marco teórico que nos sirviera de guía en el estudio.

Por otro lado, también se utiliza el enfoque cualitativo debido a que se utilizará un muestreo no probabilístico, con lo cual la muestra no necesariamente será representativa del universo o población que se estudia.

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio se realizó bajo los siguientes tipos de investigación:

2.1. Investigación exploratoria

De acuerdo con Hernández, Fernández & Bautista (2010, pág. 79), la investigación exploratoria “se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.”

“Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.” (Hernández, Fernández & Bautista, 2010, pág. 79).

En esta investigación se utilizó la investigación exploratoria porque se investigaron los gustos y preferencias de los ciudadanos del distrito de Ciudad Colón, así como la oferta, los competidores y otros aspectos relacionados al proyecto.

2.2. Investigación descriptiva

De acuerdo con Hernández, Fernández & Bautista (2010, pág. 80), la investigación descriptiva “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.”

“Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (...) y sobre qué o quiénes se recolectaran los datos.” (Hernández, Fernández & Bautista, 2010, pág. 80).

En esta investigación se utilizó la investigación descriptiva porque fue necesario conocer bien el perfil de los clientes potenciales, así como el tipo de mercado en el que se pretende incursionar para lograr tener un buen posicionamiento dentro del mismo.

3. FUENTES Y SUJETOS

3.1. Fuentes

Para esta investigación se consultaron fuentes primarias, que según Hernández, Fernández & Bautista (2010, pág. 53), se definen como “los datos de primera mano, pues se tratan de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes.”

Entre las principales fuentes primarias que se consultaron se encuentran: libros sobre administración, formulación y evaluación de proyectos, mercadeo, finanzas, estadística, legislación nacional sobre tributación, aspectos laborales, técnicos, ambientales y legales. También se utilizó la población de estudio como fuente primaria, de los cuales se extrajo información mediante las encuestas aplicadas.

3.2. Sujetos

Los sujetos que se consideraron para este estudio fueron los habitantes del distrito de Ciudad Colón a los cuales se les aplicó la encuesta, de los cuales se

obtuvo información sobre la aceptabilidad que tendría la construcción del Complejo Deportivo y el uso de sus servicios.

También, se realizaron entrevistas no estructuradas a diferentes proveedores, con el fin de conocer la oferta, precios y disponibilidad de los insumos requeridos por el proyecto.

4. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación utilizadas en este estudio fueron las siguientes:

4.1. Observación

Según Hernández, Fernández & Bautista (2010, pág. 260), esta técnica consiste “en el registro sistemático, valido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías.”

Durante el estudio, se visitaron los gimnasios y la cancha sintética de fútbol 5 que se encuentran ubicados en Ciudad Colón, así como otras canchas y gimnasios en lugares cercanos, para observar el comportamiento, hábitos y gustos de las personas que normalmente pagan por este tipo de servicios.

4.2. Entrevista

De acuerdo con Hernández, Fernández & Bautista (2010, pág. 418), la entrevista se define “como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.”

En la investigación se realizaron entrevistas semi estructuradas mediante la elaboración de una guía sencilla, la cual estuvo compuesta por una selección de temas, con los cuales se logró adquirir una gran cantidad de información. Estas entrevistas fueron aplicadas a profesionales en el área técnica, así como legal y ambiental. También fueron entrevistados proveedores de insumos, así como personeras de la municipalidad del cantón de Mora.

4.3. Cuestionario

Es uno de los instrumentos más utilizados para recolectar datos y consiste “en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.” (Hernández, Fernández & Bautista, 2010, pág. 217).

Las encuestas fueron aplicadas a la muestra calculada, a través del uso de un cuestionario diseñado de acuerdo a lo que se deseaba investigar. Este instrumento incluyó preguntas tanto abiertas como cerradas y nos permitió adquirir información específica del mercado, con el fin de conocer el perfil del consumidor, hábitos de consumo, mezcla de mercadeo y su interés en la actividad deportiva.

5. DETALLES ESTADISTICOS

5.1. Población:

Todas las personas que habitan en el distrito de Ciudad Colón al mes de agosto 2014.

5.2. Unidad estadística:

Cada persona que habita en el distrito de Ciudad Colón al mes de agosto 2014.

5.3. Método de muestreo:

Para este estudio se utilizó un método de muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual es un método no aleatorio que utiliza elementos que están disponibles más fácilmente.

Hernández, Fernández y Baptista definen la muestra no probabilística como un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. (2010, pág. 176).

5.4. Tamaño de la muestra:

Según datos del último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población del distrito de Ciudad Colón al año 2011, era de 16,088 habitantes. Para seleccionar la muestra de los clientes potenciales, se seleccionaron a conveniencia 100 habitantes de Ciudad Colón, debido al tamaño de la población y a los recursos disponibles. Esta decisión está fundamentada en el juicio del investigador, ya que no se contaba con el tiempo suficiente para ampliar el tamaño de la muestra., teniendo claro para el investigador, que esta decisión negará la posibilidad de inferir los resultados obtenidos a todos los habitantes de Ciudad Colón.

6. TRABAJO DE CAMPO

6.1. Clientes potenciales

Las encuestas fueron aplicadas a la muestra previamente indicada, del 22 al 30 de agosto del año 2014, en las cercanías del parque de Ciudad Colón y alrededores. Una vez ubicada cada persona, el investigador procedió a aplicar un cuestionario, una vez finalizado, se continuaba con otro sujeto y así sucesivamente.

7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Luego de la recolección de los datos mediante las encuestas, se procedió a realizar una revisión de las mismas, esto con el objetivo de detectar posibles errores que se hayan podido presentar y así poder corregirlos.

Después del conteo y revisión de las encuestas, se trasladó toda la información a Microsoft Excel 2007, en donde se originaron los cuadros y gráficos para su posterior colocación en el presente estudio y realizar el respectivo análisis.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se desarrolla el análisis de la investigación de mercados que se realizó para determinar aspectos tales como características del servicio, análisis de la competencia, demanda actual y potencial, estrategia de comercialización, entre otros temas importantes.

1. ANÁLISIS DEL MERCADO

Actualmente en Costa Rica, la industria del fitness aún no ha alcanzado un nivel de madurez, sin embargo se encuentra en un constante crecimiento, debido al gran potencial que tiene, a las oportunidades que representan y a la necesidad de las personas por mantenerse saludables y activas.

Con relación al fútbol, hace algunos años, si se quería jugar un partido entre amigos y conocidos, había que optar por la plaza pública de la comunidad donde se habitara o en casos más extremos, en algún lote baldío. Hoy en día, las cosas son muy diferentes, la pasión de los costarricenses por el fútbol genera oportunidad para pequeños y grandes empresarios, que ante esta necesidad ven una oportunidad de negocio en la construcción de canchas sintéticas de fútbol.

Ambos modelos de negocio se caracterizan por ser modelos de libre competencia, puesto que no hay barreras para entrar al mercado. Esto también se ve reflejado en los precios, pues el mismo es fijado por medio de la calidad y de los servicios que se ofrecen.

2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda de este servicio se basó en una investigación de mercados, utilizando un cuestionario con 25 preguntas, las cuales tenían el objetivo de recolectar la información más relevante del mercado objetivo al cual se le desea brindar el nuevo servicio.

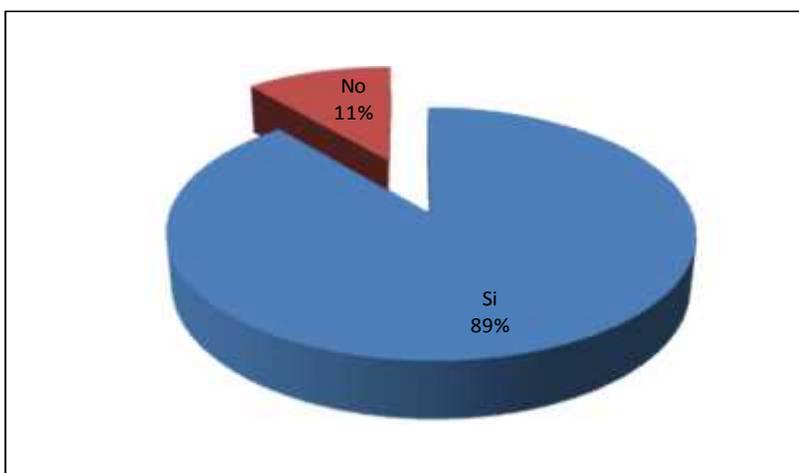
A continuación se detalla los resultados obtenidos en la encuesta realizada al mercado del negocio, por pregunta:

Cuadro 4.1
PRÁCTICA DE ACTIVIDAD FÍSICA
Términos absolutos y relativos
Agosto 2014

ACTIVIDAD FÍSICA	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Si	89	89.00
No	11	11.00
TOTAL	100	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.1
DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS QUE PRACTICAN ALGUN TIPO DE
ACTIVIDAD FÍSICA
Términos relativos
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Al realizar la consulta sobre si los encuestados realizan algún tipo de actividad física (pregunta #1), el 89% de los encuestados respondieron de forma positiva, lo cual nos indica que gran parte de la población se preocupa por su estado de su salud, o bien para mantenerse en forma o como forma de entretenimiento. Entre las principales razones que dieron los encuestados que respondieron de forma negativa a la pregunta, se encuentran la falta de tiempo, por algún impedimento físico o simplemente porque no les gusta.

También se le preguntó a los encuestados, que tipo de actividad física practicaban (pregunta #2), y las principales respuestas se muestran a continuación:

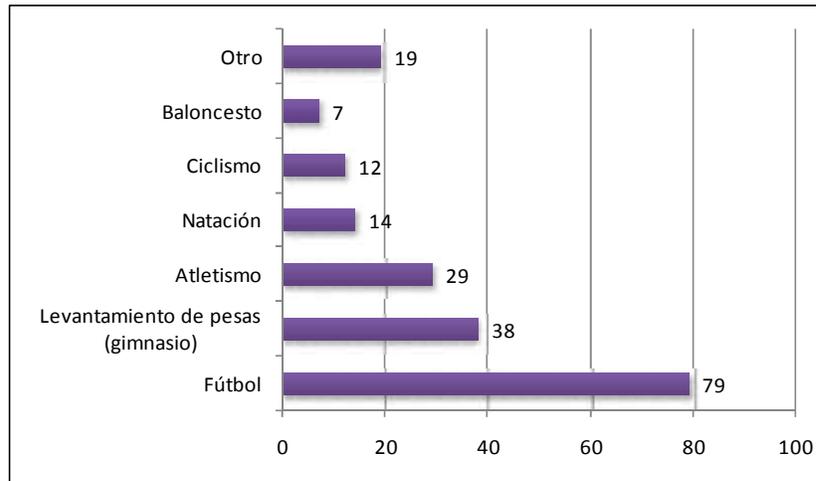
Cuadro 4.2
TIPOS DE ACTIVIDAD FÍSICA QUE PRACTICAN LOS ENCUESTADOS
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

TIPOS DE ACTIVIDAD FÍSICA	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Fútbol	79	88.76
Levantamiento de pesas (gimnasio)	38	42.70
Atletismo	29	32.58
Natación	14	15.73
Ciclismo	12	13.48
Baloncesto	7	7.87
Otro	19	21.35

FUENTE: Elaboración propia.

NOTA: El total excede el 100%, ya que son respuestas múltiples.

Gráfico 4.2
DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDAD FÍSICA QUE PRACTICAN
LOS ENCUESTADOS
Términos absolutos
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Como se puede notar en el gráfico anterior, 79 encuestados practican el fútbol como su actividad física preferida, 38 encuestados practican el levantamiento de pesas y 29 encuestados practican atletismo. Otras actividades que también prefieren los encuestados son la natación, ciclismo, baloncesto y otro tipo de deportes, como por ejemplo artes marciales y clases colectivas, entre las que podemos mencionar zumba, aeróbicos, yoga, entre otros.

2.1. Práctica de fútbol 5 en canchas de césped sintético

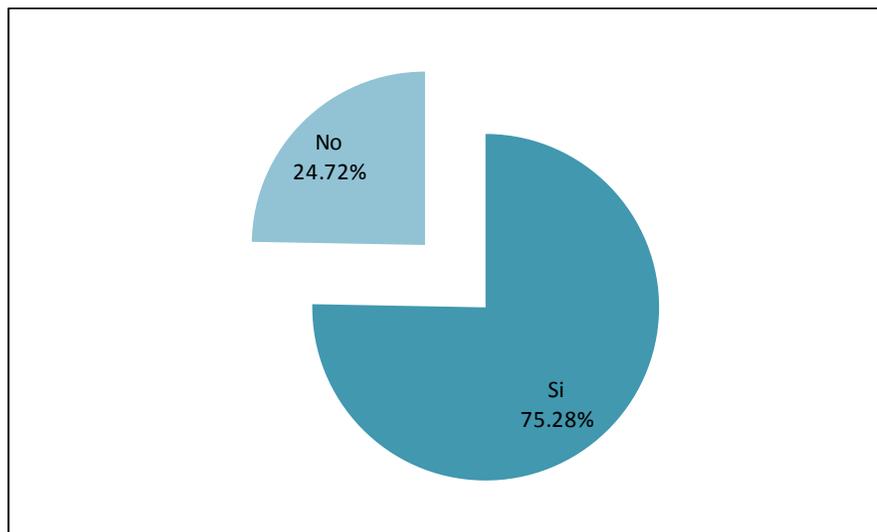
Al consultarles a los encuestados acerca de si utilizan los servicios de una cancha de césped sintético para la práctica del fútbol (pregunta #3), 67 encuestados respondieron que si utilizan o alquilan este servicio.

Cuadro 4.3
OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL USO DE CANCHAS
DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

USO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Si	67	75.28
No	22	24.72
TOTAL	89	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.3
DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS QUE UTILIZAN CANCHAS
DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos relativos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

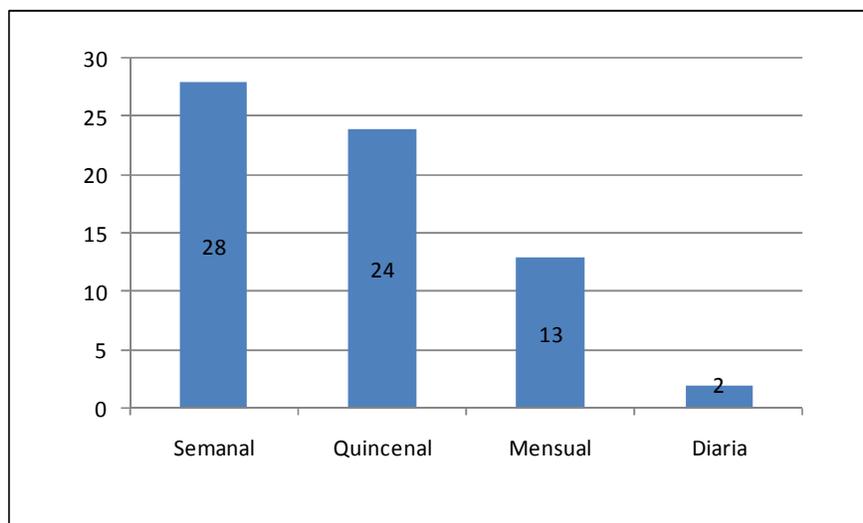
Al consultarle a los encuestados sobre la frecuencia con que ellos utilizan este servicio (pregunta #4), el 41.79% lo hace de manera semanal, seguido por la opción de frecuencia quincenal con un 35.82%. Así mismo, la mayoría de los encuestados indicaron que prefieren ir entre 1 a 2 veces por semana.

Cuadro 4.4
FRECUENCIA DEL USO DE LOS SERVICIOS DE CANCHAS DE
CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

FRECUENCIA DE USO		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Semanal	28	41.79
Quincenal	24	35.82
Mensual	13	19.40
Diaria	2	2.99
TOTAL	67	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.4
FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS UTILIZAN CANCHAS
DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Al consultarles sobre el horario de preferencia para practicar fútbol en cancha de césped sintético (pregunta #5), el 56.72% de los encuestados prefieren asistir en horario nocturno, que comprendería el rango entre 6 p.m. a 10 p.m., 31.34%

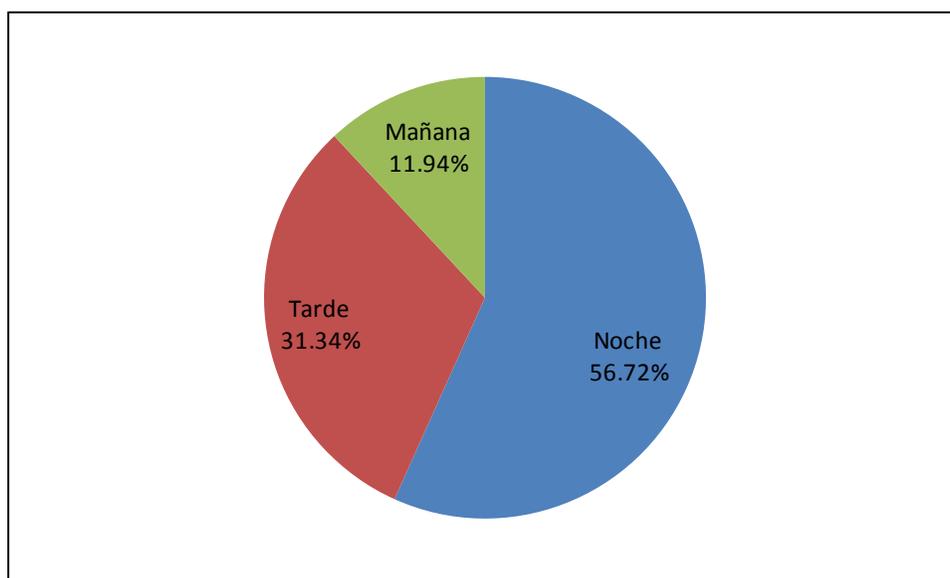
prefieren asistir en horas de la tarde y solo el 11.94% prefieren asistir en la mañana.

Cuadro 4.5
HORARIO DE PREFERENCIA PARA LA PRÁCTICA DE FÚTBOL EN
CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

HORARIO DE PREFERENCIA	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Noche	38	56.72
Tarde	21	31.34
Mañana	8	11.94
TOTAL	67	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.5
HORARIO QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS PARA PRACTICAR FÚTBOL
 Términos relativos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Al consultarles a los encuestados acerca de la cantidad de dinero que invierten mensualmente en la práctica de este deporte (pregunta #6), el 43.28%

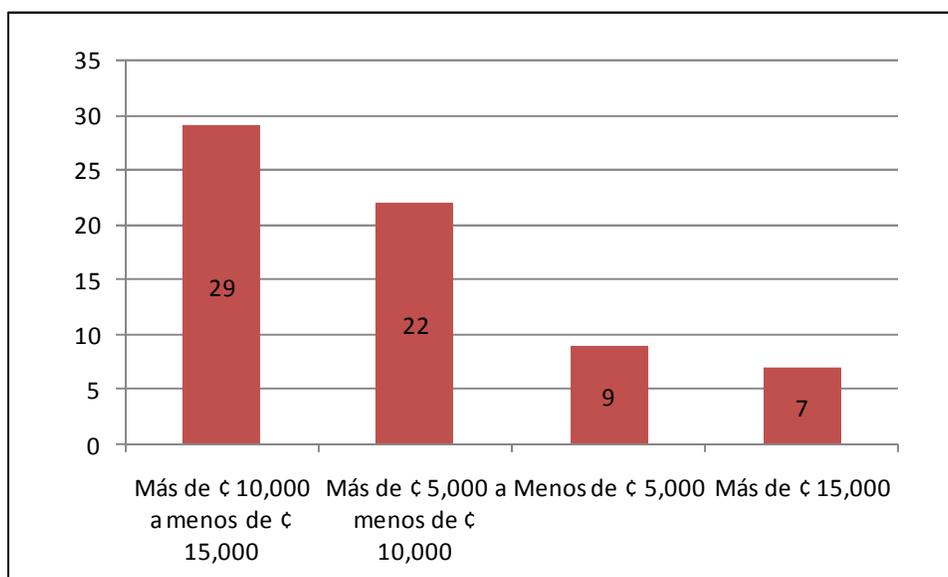
respondieron que invierten entre el rango de más de ¢ 10,000 a menos de ¢ 15,000. De acuerdo a los encuestados, cada persona gasta por partido aproximadamente entre ¢ 1,500 a ¢ 2,000 por persona.

Cuadro 4.6
CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN MENSUALMENTE
LOS ENCUESTADOS EN ESTE DEPORTE
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

CANTIDAD DE DINERO	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Más de ¢ 10,000 a menos de ¢ 15,000	29	43.28
Más de ¢ 5,000 a menos de ¢ 10,000	22	32.84
Menos de ¢ 5,000	9	13.43
Más de ¢ 15,000	7	10.45
TOTAL	67	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.6
CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN LOS ENCUESTADOS EN
LA PRACTICA DEL FÚTBOL
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

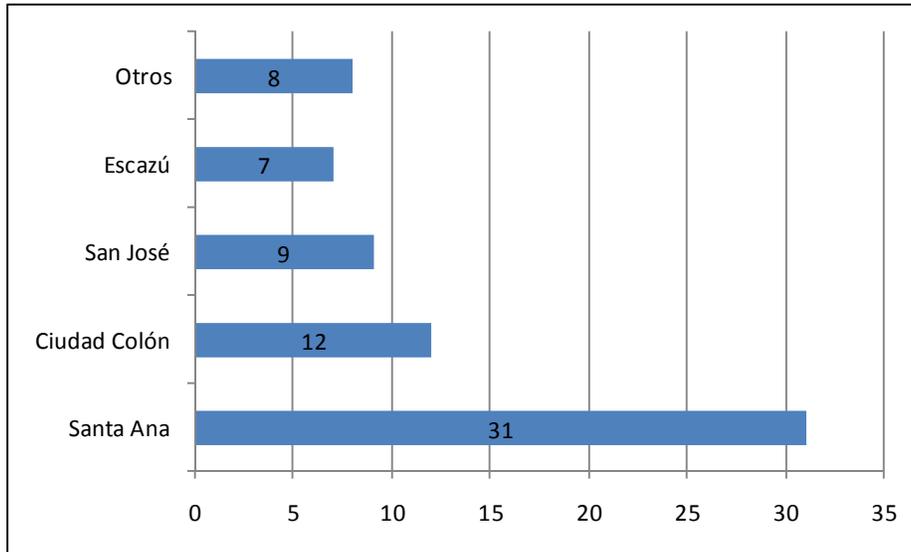
Cuando se les pregunto a los encuestados acerca del lugar al que asisten (pregunta #7), los lugares preferidos por los encuestados fueron Santa Ana, San Pedro y Escazú, con un total combinado del 70.15%. Únicamente el 17.91% contestó que asisten a Ciudad Colón. Entre las razones principales que mencionaron los encuestados del por qué prefieren asistir a estos lugares y no a Ciudad Colón, indicaron que únicamente existe un lugar que brinde este servicio y que al solo existir este lugar, se dificulta conseguir campo debido a que tiene que cubrir con toda la demanda del distrito, por lo tanto prefieren desplazarse a lugares más lejanos con tal de practicar este deporte.

Cuadro 4.7
LUGAR AL QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS PARA JUGAR FÚTBOL
EN CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

LUGAR DE PRÁCTICA DE FÚTBOL EN CANCHA SINTÉTICA		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Santa Ana	31	46.27
Ciudad Colón	12	17.91
San José	9	13.43
Escazú	7	10.45
Otros	8	11.94
TOTAL	67	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.7
LUGAR AL QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS PARA PRACTICAR FÚTBOL EN CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

2.2. Uso de gimnasios

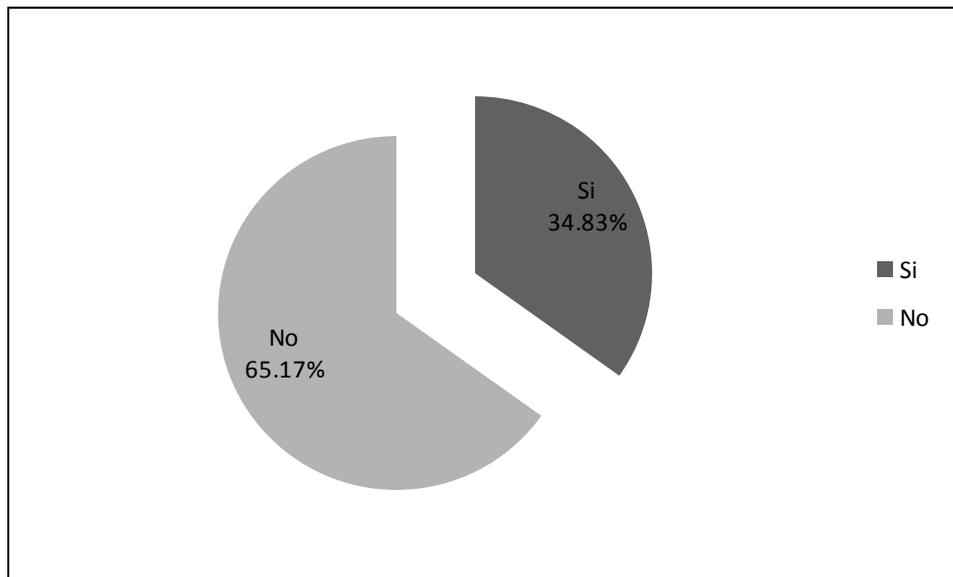
Al consultarles a los encuestados respecto a que si asisten actualmente a algún gimnasio (pregunta #8), el 34.83% respondieron que si asisten, lo que equivale a 31 encuestados. Las principales razones por las que asisten al gimnasio es por estética, lo que significa moldear el cuerpo y tonificar musculo; y por recreación. También los encuestados mencionaron que asisten por recomendaciones médicas o por rehabilitación en caso de tener alguna lesión.

Cuadro 4.8
OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL USO DE GIMNASIO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

ASISTENCIA A GIMNASIOS		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Si	31	34.83
No	58	65.17
TOTAL	89	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.8
DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS QUE ASISTEN ACTUALMENTE
A ALGÚN GIMNASIO
 Términos relativos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

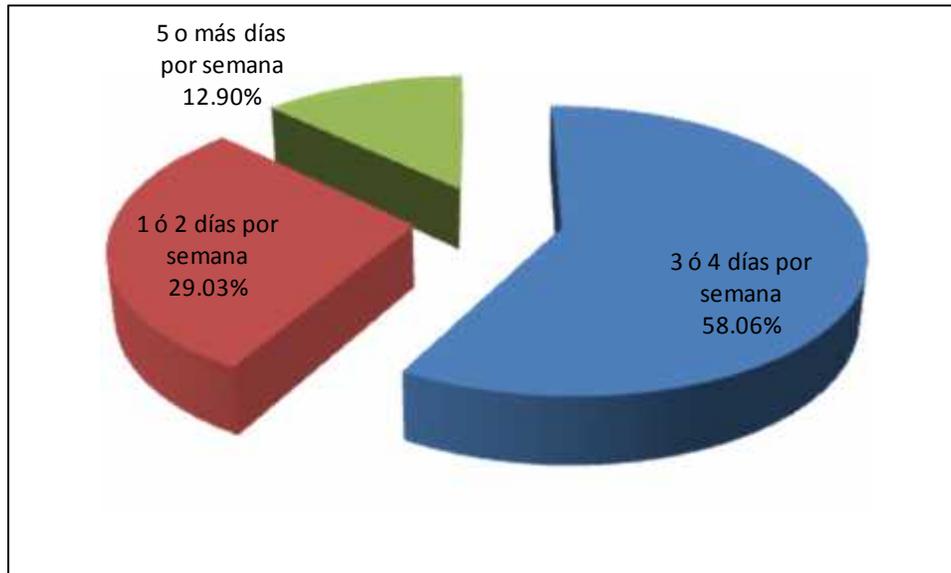
Al consultarles sobre la frecuencia de asistencia al gimnasio (pregunta #9), el 58.06% de los encuestados que asisten al gimnasio respondieron que asisten 3 o 4 días por semana, mientras que un 29.03% asisten 1 o 2 días por semana, y únicamente el 12.90% asisten 5 o más días por semana.

Cuadro 4.9
FRECUENCIA DE ASISTENCIA AL GIMNASIO POR PARTE DE
LOS ENCUESTADOS
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

FRECUENCIA DE ASISTENCIA		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
3 ó 4 días por semana	18	58.06
1 ó 2 días por semana	9	29.03
5 o más días por semana	4	12.90
TOTAL	31	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.9
FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS ASISTEN
AL GIMNASIO
 Términos relativos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

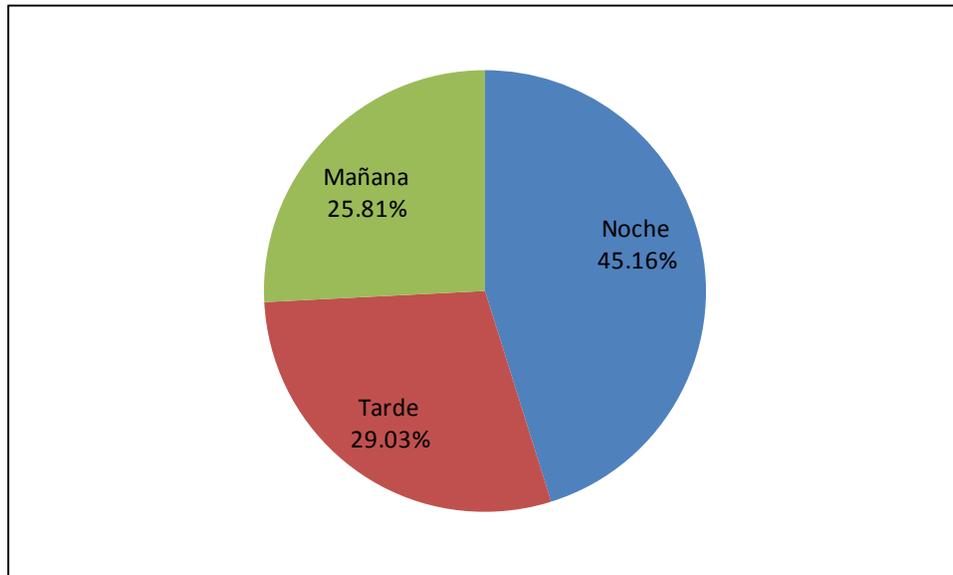
Al consultarle a los encuestados su horario de preferencia para asistir al gimnasio (pregunta #10), 14 encuestados respondieron que prefieren asistir en la noche, 9 encuestados prefieren asistir en la tarde y 8 en la mañana.

Cuadro 4.10
HORARIO DE PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS PARA ASISTIR AL GIMNASIO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

HORARIO DE PREFERENCIA	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Noche	14	45.16
Tarde	9	29.03
Mañana	8	25.81
TOTAL	31	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.10
HORARIO QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS PARA ASISTIR AL GIMNASIO
 Términos relativos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

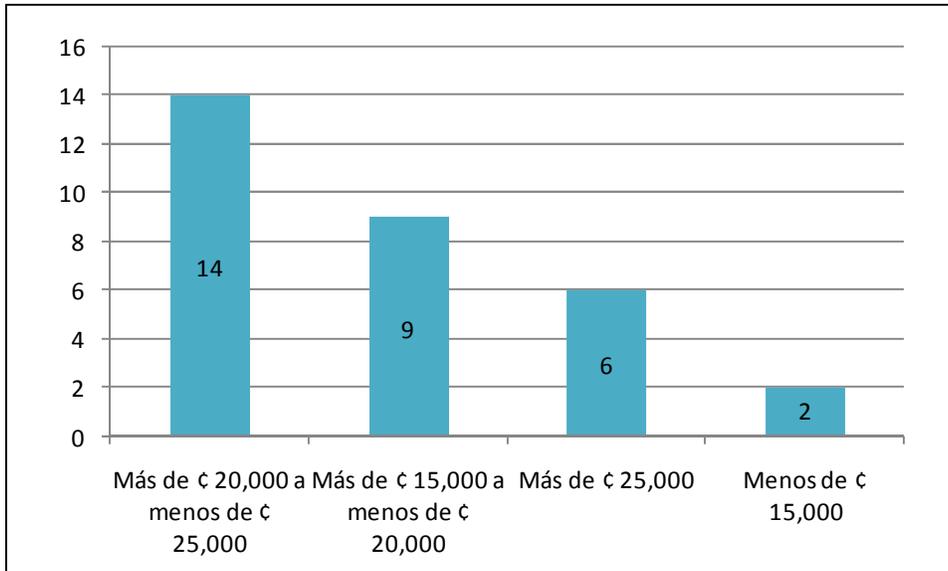
Al preguntarles la cantidad de dinero que invierten al mes (pregunta #11), el 45.16% de los encuestados respondió que invierten entre ¢ 20,000 y ¢ 25,000. Básicamente el monto invertido se debe al pago de la mensualidad del gimnasio.

Cuadro 4.11
CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN MENSUALMENTE LOS
ENCUESTADOS POR CONCEPTO DE GIMNASIO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

CANTIDAD DE DINERO	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Más de ¢ 20,000 a menos de ¢ 25,000	14	45.16
Más de ¢ 15,000 a menos de ¢ 20,000	9	29.03
Más de ¢ 25,000	6	19.35
Menos de ¢ 15,000	2	6.45
TOTAL	31	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.11
CANTIDAD DE DINERO QUE INVIERTEN LOS ENCUESTADOS
EN EL GIMNASIO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Al consultarles acerca del lugar en donde se ubica el gimnasio al que asisten (pregunta #12), 14 encuestados respondieron que asisten a gimnasios en Escazú, y entre los que mencionaron se encuentran los gimnasios Arena Trek, World Gym

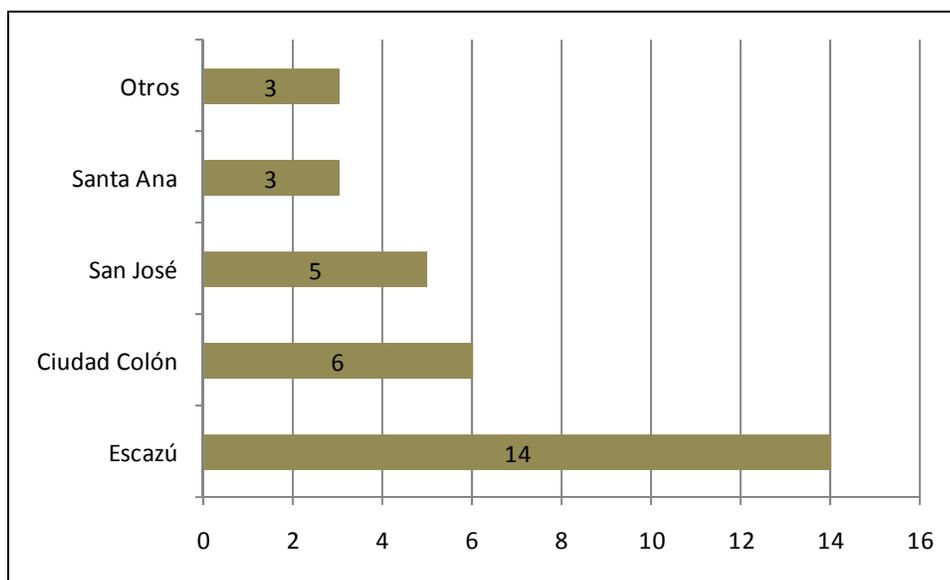
y gimnasio Multispa. Del total de encuestados que asisten a gimnasios, únicamente el 19.35%, que equivalen a 6 personas, indicaron que asisten a gimnasios en Ciudad Colón.

Cuadro 4.12
LUGAR DONDE SE UBICA EL GIMNASIO DONDE ASISTEN
LOS ENCUESTADOS
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

LUGAR DE UBICACIÓN	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Escazú	14	45.16
Ciudad Colón	6	19.35
San José	5	16.13
Santa Ana	3	9.68
Otros	3	9.68
TOTAL	31	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.12
LUGAR DONDE SE UBICA EL GIMNASIO AL QUE ASISTEN
LOS ENCUESTADOS
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

2.3. Intención de uso del nuevo servicio

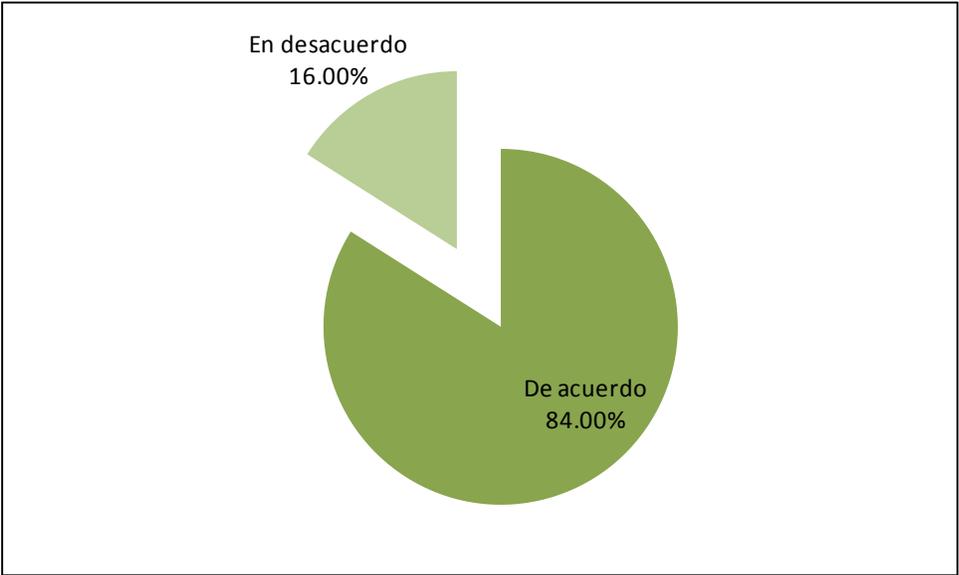
Al consultarle a los encuestados acerca de su opinión respecto a un nuevo proyecto que consiste en la construcción de un complejo deportivo que ofrezca los servicios de alquiler de canchas sintéticas de fútbol 5, así como un gimnasio equipado en Ciudad Colón (pregunta #13), el 84% de los encuestados mencionó estar de acuerdo en el desarrollo de este proyecto, ya que es una opción atractiva para la comunidad, así como innovadora. Por otro lado, algunas personas indicaron estar en desacuerdo debido a que no consideran necesario este tipo de proyectos en el distrito, además de manifestar estar conformes con los oferentes actuales.

Cuadro 4.13
OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA DEL NUEVO PROYECTO
Términos absolutos y relativos
Agosto 2014

OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
De acuerdo	84	84.00
En desacuerdo	16	16.00
TOTAL	100	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.13
DISTRIBUCIÓN DE LA OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS ACERCA
DEL COMPLEJO DEPORTIVO
Términos relativos
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

En lo que respecta a los aspectos que los encuestados consideran más atractivos para que decidan utilizar los servicios del complejo deportivo (pregunta #14), el 79.76% de los encuestados indicó que el aspecto más importante sería el precio de sus servicios, en segundo lugar de importancia se encuentra la ubicación y en tercer lugar los encuestados prefieren los servicios ofrecidos. Otras de las opciones que consideran importantes son la calidad, el diseño del lugar y los horarios disponibles.

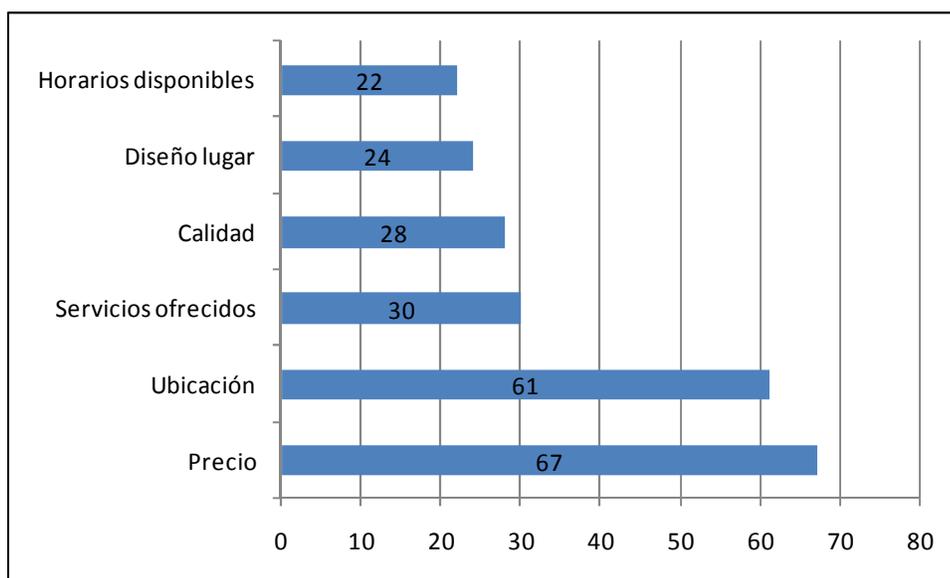
Cuadro 4.14
ASPECTOS ATRACTIVOS PARA UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL
COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

ASPECTOS ATRACTIVOS	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Precio	67	79.76
Ubicación	61	72.62
Servicios ofrecidos	30	35.71
Calidad	28	33.33
Diseño lugar	24	28.57
Horarios disponibles	22	26.19

FUENTE: Elaboración propia.

NOTA: El total excede el 100%, ya que son respuestas múltiples.

Gráfico 4.14
ASPECTOS QUE LOS ENCUESTADOS CONSIDERAN ATRACTIVOS PARA
UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

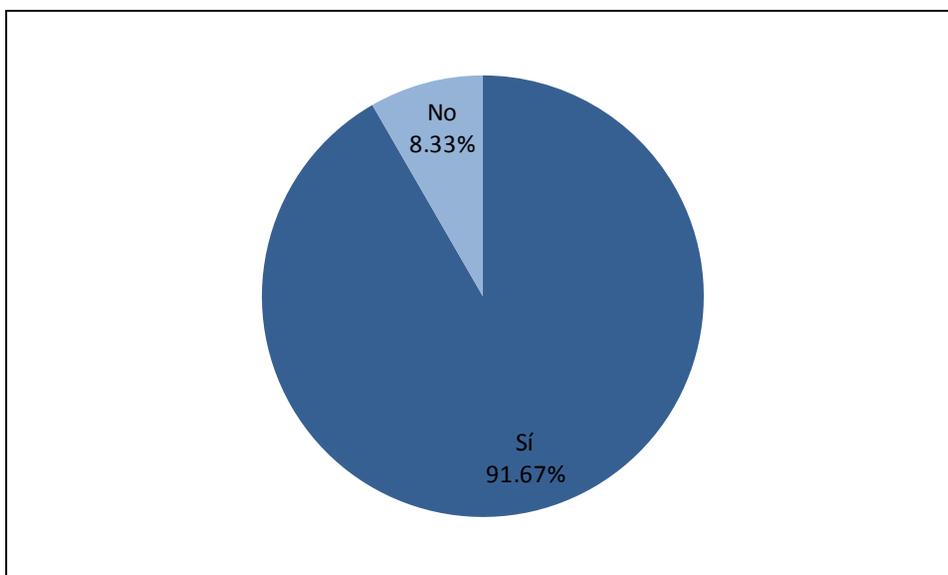
Uno de los aspectos más importantes de la investigación de mercados, es conocer si los clientes potenciales estarían dispuestos a utilizar los servicios ofrecidos por el nuevo complejo deportivo. Al realizarles la pregunta (pregunta #15), 77 encuestados respondieron que si están dispuestos a utilizar los servicios.

Cuadro 4.15
PERSONAS QUE ESTÁN DISPUESTAS A UTILIZAR EL SERVICIO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

DISPONIBILIDAD DE USO	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Sí	77	91.67
No	7	8.33
TOTAL	84	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.15
PROPORCIÓN DE ENCUESTADOS QUE ESTAN DISPUESTOS A UTILIZAR
LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos relativos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Seguidamente, se les preguntó cuál de los dos servicios que brindaría el complejo deportivo estarían dispuestos a utilizar (pregunta #16), a lo que 65 encuestados respondieron que estarían dispuestos a utilizar los servicios de las canchas sintéticas de fútbol 5, y 34 encuestados respondieron que estarían dispuestos a utilizar los servicios del gimnasio.

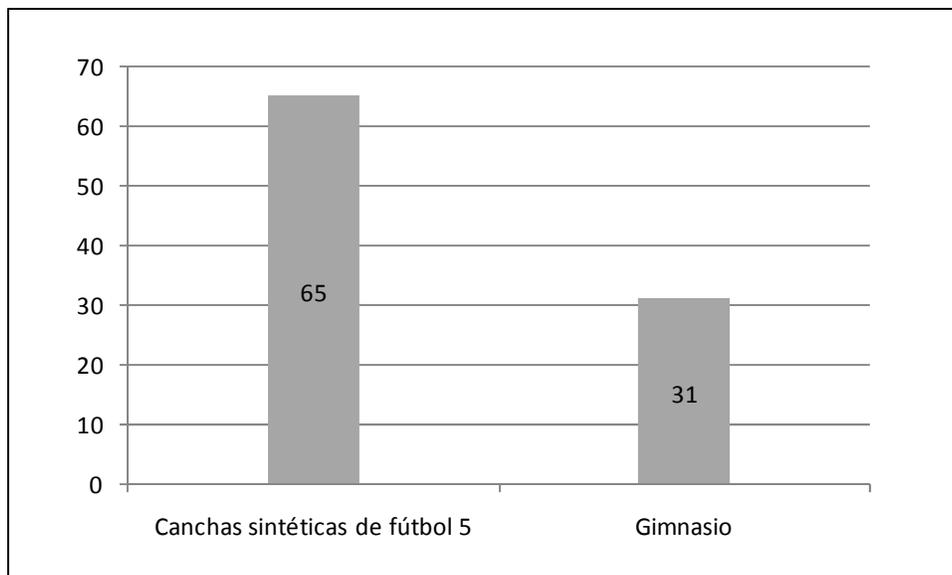
Cuadro 4.16
SERVICIOS QUE LOS ENCUESTADOS ESTARÍAN DISPUESTOS
A UTILIZAR DEL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

TIPOS DE SERVICIOS	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Canchas sintéticas de fútbol 5	65	84.42
Gimnasio	31	40.26

FUENTE: Elaboración propia.

NOTA: El total excede el 100%, ya que son respuestas múltiples.

Gráfico 4.16
SERVICIOS QUE LOS ENCUESTADOS ESTARÍAN DISPUESTOS A UTILIZAR
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

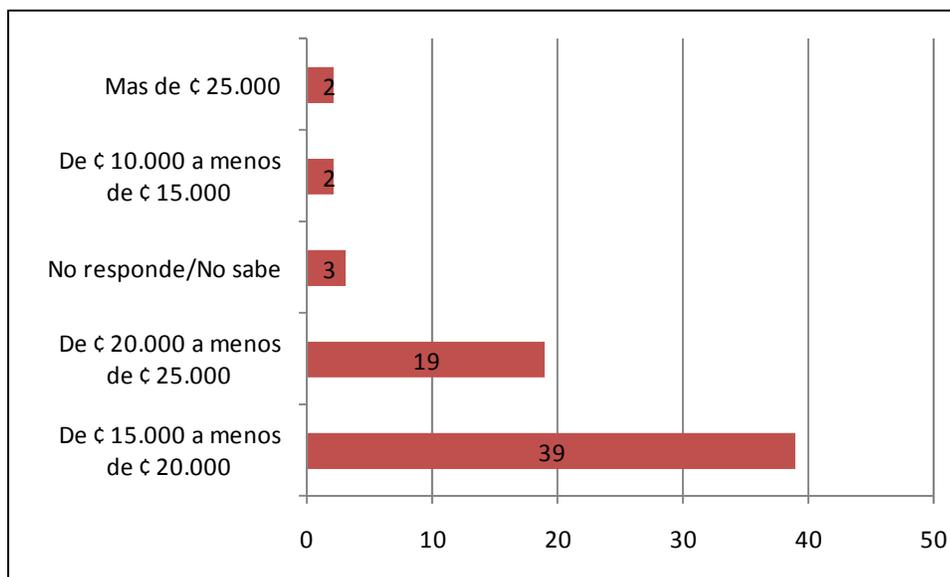
Al consultarle a los encuestados acerca del precio que estarían dispuestos a pagar (pregunta #17), para el servicio del alquiler de cancha sintética, la primera opción fue entre el rango de ¢ 15,000 a menos de ¢ 20,000 con un 60%, seguidamente por el rango de ¢ 20,000 a menos de ¢ 25,000 con un 29.23%. Es importante señalar que este es el precio que el encuestado estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una hora del servicio, este monto se divide entre el total de jugadores que asistan al partido de fútbol 5.

Cuadro 4.17
PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO
DE ALQUILER DE CANCHAS SINTÉTICAS
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

RANGO DE PRECIO	ABSOLUTOS	RELATIVOS
De ¢ 15.000 a menos de ¢ 20.000	39	60.00
De ¢ 20.000 a menos de ¢ 25.000	19	29.23
No responde/No sabe	3	4.62
De ¢ 10.000 a menos de ¢ 15.000	2	3.08
Mas de ¢ 25.000	2	3.08
TOTAL	65	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.17
CANTIDAD DE DINERO QUE LOS ENCUESTADOS ESTARÍAN DISPUESTOS
A PAGAR POR EL SERVICIO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

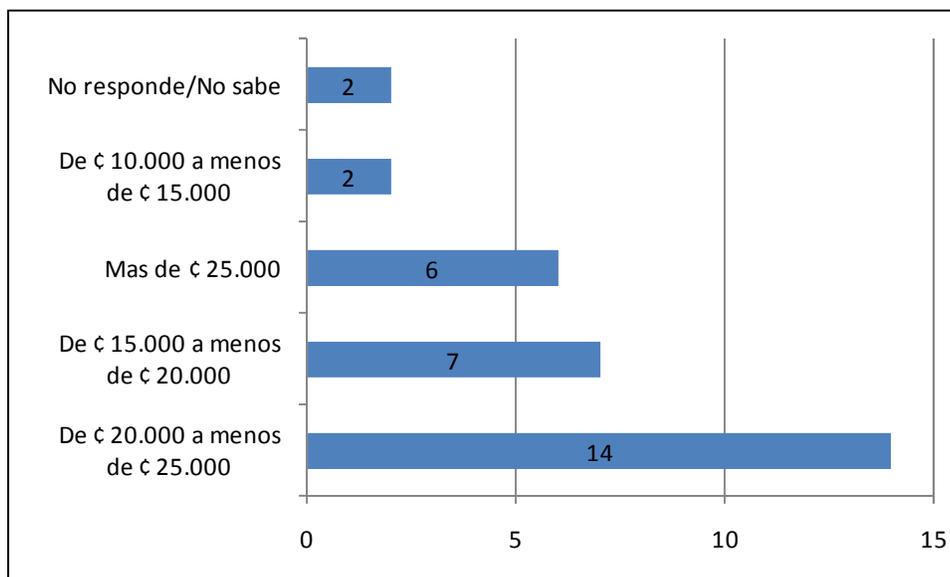
Con respecto al servicio de gimnasio, el 45.16% de los encuestados que están dispuestos a utilizar el servicio de gimnasio, pagarían de ¢ 20,000 a menos de ¢ 25,000, seguido por la opción de ¢ 15,000 a menos de ¢ 20,000.

Cuadro 4.18
PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO
DE GIMNASIO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

RANGO DE PRECIO	PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL SERVICIO DE GIMNASIO	
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
De ¢ 20.000 a menos de ¢ 25.000	14	45.16
De ¢ 15.000 a menos de ¢ 20.000	7	22.58
Mas de ¢ 25.000	6	19.35
De ¢ 10.000 a menos de ¢ 15.000	2	6.45
No responde/No sabe	2	6.45
TOTAL	31	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.18
CANTIDAD DE DINERO QUE LOS ENCUESTADOS ESTARIAN DISPUESTOS
A PAGAR POR EL SERVICIO DE GIMNASIO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Al realizar la consulta sobre cuales servicios complementarios les gustaría a los encuestados recibir en el complejo deportivo (pregunta #18), el primer lugar lo ocupa la opción de servicio de fisioterapia, el cual es un servicio muy importante que puede ser utilizado tanto por los clientes del gimnasio, como por los clientes que practican fútbol, ya que en caso de alguna lesión deportiva, se podría recurrir a este recurso. El segundo lugar lo ocupa el servicio de nutrición, que sería utilizado principalmente por los clientes del gimnasio. Otras opciones que les parecen atractivas a los encuestados fueron el alquiler de un salón para actividades, área de sauna, futbolines y piscina.

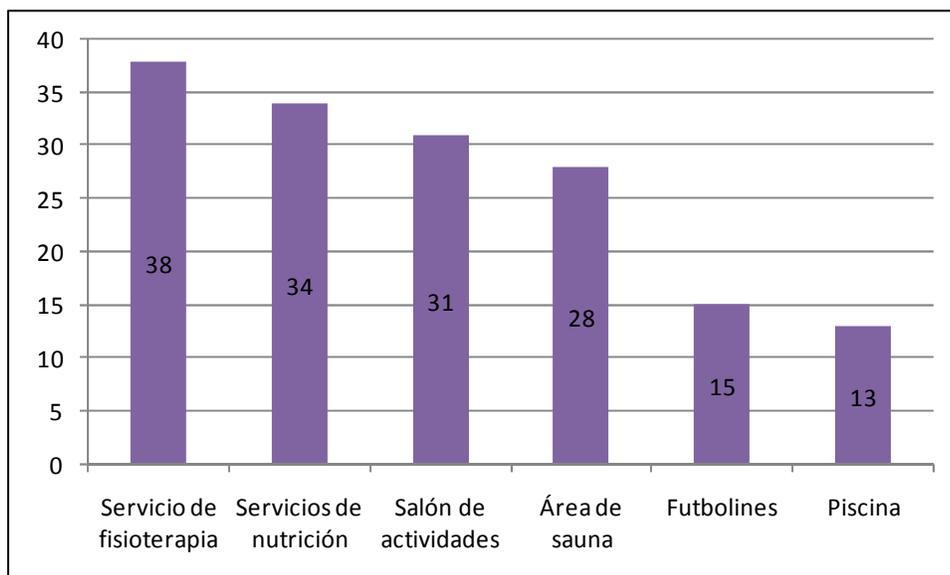
Cuadro 4.19
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE A LOS ENCUESTADOS LES GUSTARIA RECIBIR EN EL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Servicio de fisioterapia	38	49.35
Servicios de nutrición	34	44.16
Salón de actividades	31	40.26
Área de sauna	28	36.36
Futbolines	15	19.48
Piscina	13	16.88

FUENTE: Elaboración propia.

NOTA: El total excede el 100%, ya que son respuestas múltiples.

Gráfico 4.19
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE A LOS ENCUESTADOS LES GUSTARÍA RECIBIR EN EL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Para determinar la manera de dar a conocer los servicios del complejo deportivo, se preguntó a los encuestados en qué medio de comunicación les gustaría conocer sobre esta información (pregunta #19), el 75.32% indicó que el internet es el medio preferido por el consumidor final, seguido por la televisión con un 63.64%. Otros medios de comunicación preferidos fueron el periódico, radio, revistas y otros.

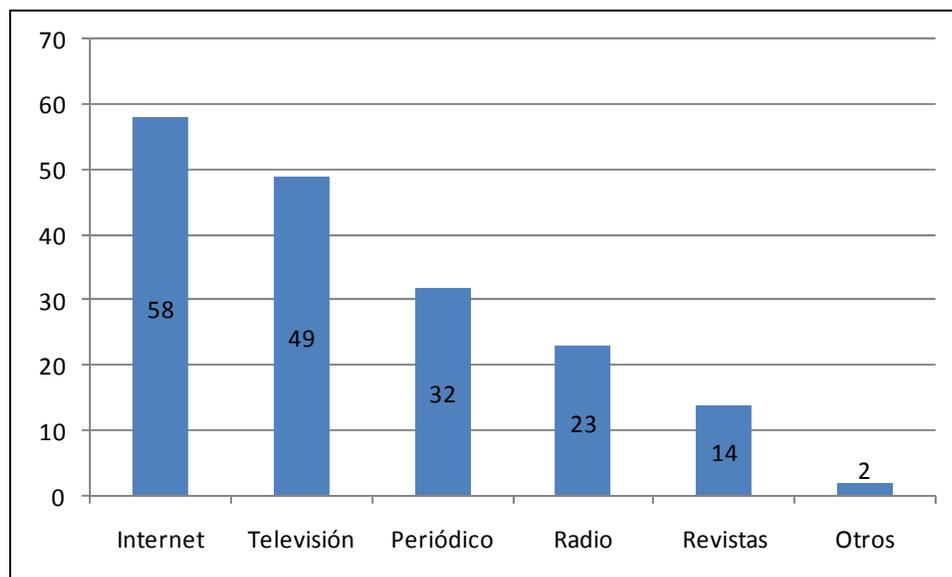
Cuadro 4.20
MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE EL ENCUESTADO PREFIERE PARA
CONOCER SOBRE EL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

MEDIO DE COMUNICACIÓN	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Internet	58	75.32
Televisión	49	63.64
Periódico	32	41.56
Radio	23	29.87
Revistas	14	18.18
Otros	2	2.60

FUENTE: Elaboración propia.

NOTA: El total excede el 100%, ya que son respuestas múltiples.

Gráfico 4.20
MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS PARA RECIBIR NOTICIAS DEL COMPLEJO DEPORTIVO
Términos absolutos
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

2.4. Estimación de la demanda potencial (cuantificación)

La cuantificación de la demanda potencial nos permite determinar el consumo de los servicios del nuevo proyecto en el transcurso de un año. Para determinar esta estimación, se utilizaron datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), así como los datos obtenidos en la investigación de mercados. Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 4.1
DEMANDA POTENCIAL
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

Demanda potencial		
Año	Población de Ciudad Colón	Población de 15 a 55 años
2015	18,032	10,907
2016	18,225	11,024
2017	18,421	11,142
2018	18,619	11,262
2019	18,817	11,382
2020	19,014	11,501
2021	19,210	11,620
2022	19,405	11,737
2023	19,596	11,853
2024	19,784	11,967

FUENTE: Elaboración propia.

Según información del INEC, se proyecta que la población costarricense tenga un crecimiento anual del 1.04% durante los próximos 10 años. Se estima que para el año 2015, los habitantes de Ciudad Colón con edades entre 15 y 55 años sea de 10,907 personas, lo que representa aproximadamente un 60.5% de la población total de Ciudad Colón.

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Como parte del proceso de investigación de mercados, es vital conocer la oferta a la cual están expuestos nuestros clientes potenciales, por lo tanto es importante identificar la manera en cómo se está atendiendo las demandas del mercado. Para este proyecto, la oferta está constituida por todas esas instalaciones que brinden el mismo servicio ó un servicio similar al que brindará el nuevo proyecto.

Según la investigación realizada, el 61.04% de los encuestados no conoce de alguna empresa ubicada en Ciudad Colón, que provea de los servicios ofrecidos por el nuevo complejo deportivo. El restante 38.96% manifestaron tener conocimiento de empresas que brindan estos servicios de manera individual, pero no conjunta, como si lo brindaría el nuevo proyecto.

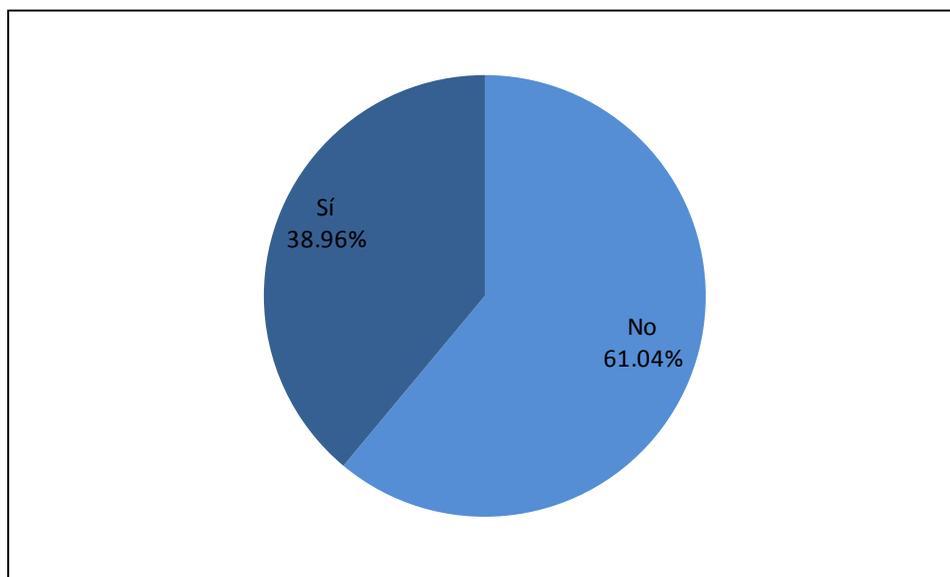
La única empresa mencionada por los encuestados que ofrece un servicio similar al del proyecto, es el Complejo Deportivo Furati, sin embargo este se encuentra ubicado en Santa Ana. Es importante destacar que actualmente este complejo no cuenta con un gimnasio equipado, sin embargo, de acuerdo a lo indicado por funcionarios de esta empresa, se espera implementar un gimnasio para principios del año 2015, con lo cual, convertiría a esta empresa como el único competidor directo del nuevo complejo deportivo.

Cuadro 4.21
OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE SI CONOCEN ALGUNA EMPRESA
QUE BRINDE LOS SERVICIOS DEL COMPLEJO DEPORTIVO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

OPINIÓN DE LOS ENTREVISTADOS		
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
No	47	61.04
Sí	30	38.96
TOTAL	77	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.21
DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS QUE CONOCEN ALGUNA EMPRESA QUE
PROVEA LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL NUEVO PROYECTO
Términos absolutos
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

3.1. Oferta actual

Como se mencionaba anteriormente, en Ciudad Colón existen empresas que brindan los servicios que brindará el complejo deportivo pero de manera individual, los cuales se detallan a continuación:

3.1.1. Canchas de fútbol sintéticas

- **Donde Pechuga:** Es una cancha de césped sintético ubicada a 250 metros al este de la Iglesia de Ciudad Colón y fue abierta al público a finales del año 2013. Su horario es de lunes a viernes de 10 a.m. a 10 p.m., sábados de 8 a.m. a 10 p.m. y domingos de 8 a.m. a 6 p.m. El costo por hora de alquiler es de ¢ 18,000. Esta cancha únicamente

cuenta con 2 camerinos, no es techada y no tiene parqueo, por lo tanto sus clientes deben parquear sus vehículos a un costado de la calle.

3.1.2. Gimnasios

- Nikos Fitness Gym: Es un gimnasio pequeño, inaugurado en el año 2012 y se encuentra ubicado 350 mts al oeste del parque de Ciudad Colón. El costo de la mensualidad es de ₡ 17,000 y no se cobra matrícula. Con el pago de la mensualidad, las personas tienen derecho al uso del equipo e instalaciones, así como a todas las clases que imparten, entre las que se encuentran baile cardio, zumba, spinning, yoga y pilates. El horario es de lunes a viernes de 5 a.m. a 9 p.m., sábados de 7 a.m. a 1 p.m. y domingos de 8 a.m. a 12 m.d. Este gimnasio cuenta con parqueo para 6 vehículos.
- Diana Gym: Es un gimnasio pequeño que está construido a base de contenedores metálicos, el cual fue inaugurado en el año 2013 y se encuentra ubicado 500 mts al norte de la iglesia de Ciudad Colón. El costo de la matrícula es de ₡ 5,000 y la mensualidad tiene un costo de ₡ 20,000, que incluye asistencia a todas las clases, programa de entrenamiento y uso de las instalaciones. Su horario es de lunes a viernes de 5 a.m. a 9 p.m., y los sábados de 8 a.m. a 2 p.m. Entre las clases que ofrece este gimnasio se encuentran: spinning, cardio dance, Acro-yoga, metabólica, cardio combat, baile, Pilates, dance-fit, funcional y zumba. Este gimnasio cuenta con parqueo para 8 vehículos.

3.1.3. Otros

- Complejo Deportivo Furati: Este complejo se encuentra ubicado en Santa Ana, 400 mts oeste y 250 mts norte de la Panadería Musmanni. Este complejo cuenta actualmente con un total de 5 canchas de fútbol

sintéticas, de las cuales 4 son techadas amplio parqueo, soda, camerinos, baños y duchas. En el sitio también se encuentra un “trampolín park”, además se encuentra en proceso de construcción un gimnasio y una piscina. El horario de atención es de lunes a domingo de 8 a.m. a 10 p.m. El costo de alquiler por hora es de ¢ 20,000.

3.2. Estimación de la oferta (cuantificación)

Como se mencionó anteriormente, actualmente en Ciudad Colón existe una cancha sintética que oferta el servicio, además existen dos gimnasios. Con base en esta información y con los resultados de la investigación de mercados realizada, a continuación se muestra una tabla con la oferta en clientes para el caso de los gimnasios, y en partidos para la cancha de fútbol sintética:

Tabla 4.2
ESTIMACIÓN DE LA OFERTA
Términos absolutos y relativos
Agosto 2014

Oferta	
Competidor	Oferta
Cancha de césped sintético	
Donde Pechuga	12 partidos diarios
Gimnasios	
Nikos Fitness Gym	150 clientes
Diana Gym	280 clientes

FUENTE: Elaboración propia.

4. SERVICIO

Los servicios que se pretenden ofrecer son los de deporte y recreación, específicamente, un complejo deportivo que brinde las condiciones adecuadas con

el objetivo de que los habitantes de Ciudad Colón cuenten con áreas exclusivas para realizar deporte. Este complejo contará con canchas sintéticas para la práctica del fútbol, así como un gimnasio equipado donde las personas puedan ejercitarse y asistir a diferentes clases que este ofrece, en las que las personas puedan optar por tener una mejor calidad de vida y con esto puedan satisfacer su necesidad de recreación. A continuación se detallan los servicios que brindará el complejo deportivo:

4.1. Alquiler de cancha sintética para la práctica del fútbol

El servicio principal es el alquiler de canchas por hora, ya sea para partidos amistosos o para torneos. El complejo contará con dos canchas sintéticas de primer nivel para la práctica de este deporte, así como con camerinos y graderías para el disfrute de los acompañantes y espectadores.

4.2. Servicio de gimnasio

Se contará con un gimnasio de primer nivel, con máquinas para ejercicios cardiovasculares y pesas, con el mejor personal capacitado, además de asesoría en nutrición y terapia.

5. ANÁLISIS DEL CLIENTE

Los clientes representan un componente trascendental en este estudio, ya que se deben definir las principales características que tienen los clientes potenciales del negocio. Este análisis le permitirá al investigador determinar elementos que deberán ser tomados en cuenta al momento de tomar decisiones con respecto a la estrategia del mercado.

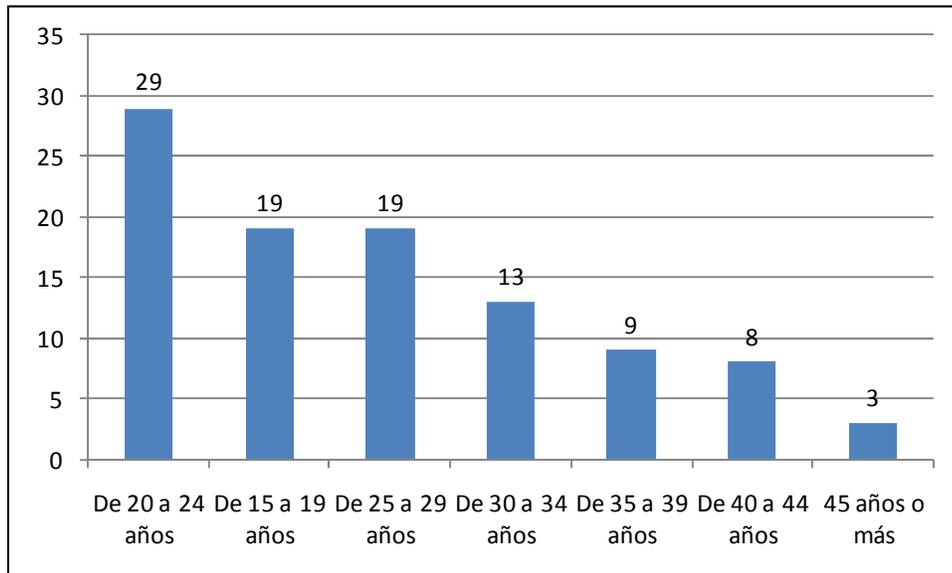
Para definir el perfil del cliente, en la investigación de mercados se plantearon una serie de preguntas, las cuales se detallan a continuación:

Cuadro 4.22
EDAD EN AÑOS CUMPLIDOS DE LOS ENCUESTADOS
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

EDAD	ABSOLUTOS	RELATIVOS
De 20 a 24 años	29	29.00
De 15 a 19 años	19	19.00
De 25 a 29 años	19	19.00
De 30 a 34 años	13	13.00
De 35 a 39 años	9	9.00
De 40 a 44 años	8	8.00
45 años o más	3	3.00
TOTAL	100	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.22
DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD
 Términos absolutos
 Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

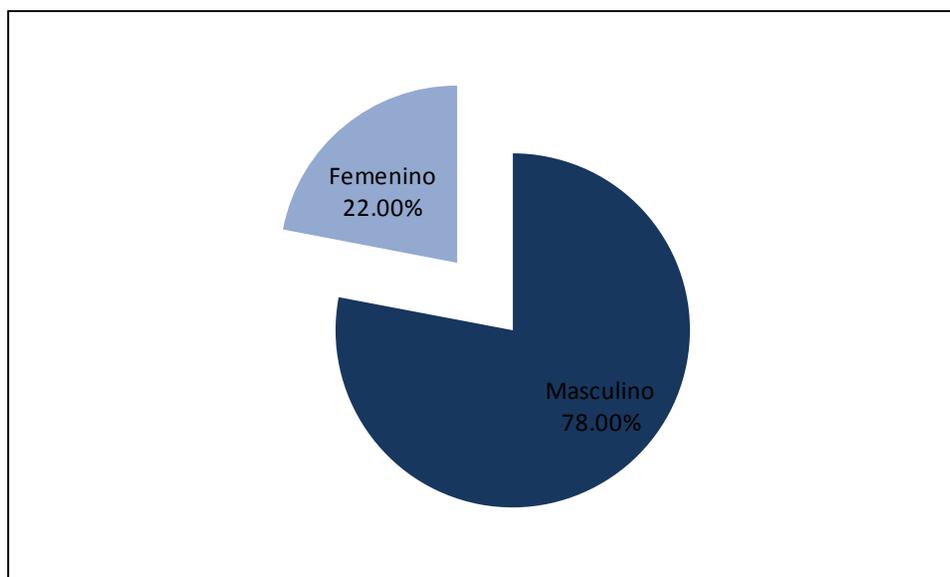
Como se muestra en el gráfico anterior, se encuentra una población joven situada en un rango de edad que va desde los 15 años hasta los 45 años, siendo la mayoría de la población entre los 20 a 24 años con un total de 29 encuestados, seguido en segundo lugar por las personas entre 15 a 19 años y entre los 25 y 29 años, ambos con un total de 19 encuestados.

Cuadro 4.23
SEXO DE LOS ENCUESTADOS
Términos absolutos y relativos
Agosto 2014

SEXO	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Masculino	78	78.00
Femenino	22	22.00
TOTAL	100	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 4.23
DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN EL SEXO
Términos absolutos
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

En lo que respecta al género de los encuestados, el 78% de estos eran masculinos y el restante 22% eran femeninos.

Cuadro 4.24
DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN INGRESO FAMILIAR
PROMEDIO
 Términos absolutos y relativos
 Agosto 2014

RANGO DE INGRESOS	ABSOLUTOS	RELATIVOS
De ¢ 600.000 a menos de ¢ 900.000	25	25.00
De ¢ 900.000 a menos de ¢ 1.200.000	23	23.00
De ¢ 300.000 a menos de ¢ 600.000	16	16.00
De ¢ 1.200.000 a menos de ¢ 1.500.000	15	15.00
De ¢ 1.500.000 o más	14	14.00
De ¢ 100.000 a menos de ¢ 300.000	5	5.00
Menos de ¢ 100.000	2	2.00
TOTAL	100	100.00

FUENTE: Elaboración propia.

Por último, se les realizó la consulta sobre el rango de ingreso familiar mensual, ya que este es importante para determinar el poder adquisitivo de los clientes potenciales.

6. ANÁLISIS DEL PRECIO

Para establecer el precio de los servicios del complejo deportivo, se tomaron en cuenta los precios que actualmente ofrece el mercado, ya que no existe una diferenciación muy marcada entre los oferentes, por lo tanto, intentar salirse de este precio, podría no resultar muy beneficioso para el proyecto y a la vez un tanto arriesgado.

También se tomaron en cuenta aspectos como el precio que están dispuestos a pagar los clientes y también el precio que pagan actualmente por estos servicios, ya que es muy importante tener esa referencia que se obtuvo en la

investigación de mercados, y con esto anticipar la reacción del cliente al precio propuesto a los servicios del complejo.

7. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGÍA DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación se presenta una propuesta de estrategia de comercialización, la cual abarca sus principales componentes, los cuales están basados en la investigación de mercados realizada.

7.1. Producto (servicio)

En aspectos generales, el servicio propuesto es un complejo deportivo. Este se enfoca en brindar a los clientes un espacio adecuado para la práctica del deporte, que cumpla con la infraestructura óptima y en donde el cliente se sienta a gusto.

Dentro de un ambiente global, el complejo deportivo busca dar servicio a los habitantes de Ciudad Colón, sin embargo también se espera brindar este servicio a todos los habitantes del cantón de Mora y alrededores, asegurando que sea un lugar accesible en cuanto al costo de utilizarlo, así como en brindar una ubicación de fácil acceso y que los servicios satisfagan las necesidades del cliente.

7.1.1. Canchas de fútbol sintéticas

El complejo contará con dos canchas de césped sintético techadas para la práctica del fútbol. Sus dimensiones serán de 35 metros de largo y 20 metros de ancho. Ambas canchas contarán con banca para suplentes, vestidores, baños, duchas y graderías para las personas que asistan a observar los partidos.

El alquiler de la cancha será por horas para los partidos amistosos que organicen los clientes. El horario de atención será de lunes a domingo de 9 a.m. a 10 p.m. En caso de que exista algún equipo que no tenga o consiga equipo rival, estos pueden llamar al complejo deportivo, que por medio de sus contactos, pueden conseguir un reto y así enfrentar a este equipo. Uno de los aspectos más llamativos, será que ambas canchas contarán con un marcador electrónico, que indicará los marcadores de los equipos y también el tiempo de juego, así los jugadores sabrán cuanto tiempo llevan y cuanto tiempo de juego les queda.

También se contará con la modalidad de torneos que pueden ser organizados por personas externas, ya sea por el cliente, por alguna empresa, o bien por parte de la administración del complejo deportivo. Con esta modalidad, el cliente paga un monto dependiendo la cantidad de equipos participantes y la empresa se encargará de la programación, registro de jugadores, faltas, anotaciones y todas las estadísticas del torneo. Al final se encargará de la premiación del evento.

Por otro lado, la empresa buscará consolidar alianzas con diferentes locales y tiendas deportivas, para ofrecer descuentos y beneficios especiales al comprar artículos deportivos, así como patrocinios para los diferentes eventos en que se encuentre involucrada la empresa.

7.1.2. Gimnasio

El gimnasio estará equipado con una gran variedad de máquinas cardiovasculares, así como con una amplia gama de pesas para todo tipo de niveles, desde los principiantes, hasta los más avanzados. La mensualidad incluye el uso de lockers, vestidores, duchas y servicios sanitarios.

Al asistir al gimnasio, un entrenador calificado le preparará una rutina de entrenamiento, la cual estará pensada de acuerdo a los objetivos que desee el cliente, ya sea para bajar de peso, incrementar músculo, tonificar el cuerpo, entre otros. La rutina tendrá un máximo de duración de dos horas, sin embargo cada cliente tiene la libertad de elegir cuanto tiempo desea entrenar y la misma será cambiada cada 6 semanas. Al final de las 6 semanas, el usuario será evaluado para medir su progreso y se le guiará en su nueva rutina de entrenamiento.

El cliente también tendrá acceso a una amplia cantidad de clases, las cuales estarán distribuidas en distintos horarios durante el día, con el fin de brindarles a los clientes la opción de elegir el horario que más le convenga. Es importante señalar que los usuarios podrán tomar la cantidad de clases que deseen durante el mes. Entre las principales clases se pueden mencionar las siguientes:

- Pilates: Es un sistema de entrenamiento físico que combina aspectos como la gimnasia y yoga, con el objetivo de lograr un desarrollo de músculos y dar estabilidad y firmeza a la columna vertebral, impulsando el control de la mente sobre el cuerpo, buscando un equilibrio entre ambos. Este método es muy utilizado como terapia de rehabilitación.
- Yoga: Es una actividad física que combina practicas espirituales y meditativas, los cuales mediante diferentes tipos de posturas, ayuda a fortalecer músculos y huesos, retrasa el envejecimiento, brinda flexibilidad y equilibrio, entre otros beneficios.
- Baile: Estas clases combinan una gran variedad de ritmos musicales y estilos de baile, con el principal objetivo de pasar un rato agradable, quemar calorías y liberar estrés.

- **Body Combat:** Es una clase que combina los movimientos de distintas técnicas de combate y artes marciales, con música, logrando como resultado movimientos explosivos y funcionales que reducen la tensión, mejoran la capacidad cardiovascular, agilidad y fuerza de las personas.
- **Spinning:** Consisten en clases de ciclismo grupal, formado por intervalos de frecuencia y resistencia combinada con la mejor música con el objetivo de mejorar la capacidad cardiovascular y la resistencia.
- **Zumba:** Es un baile combinado con una serie de rutinas aeróbicas utilizando los principales ritmos latinoamericanos, enfocada a mantener el cuerpo saludable, dar flexibilidad al cuerpo y quemar calorías.
- **Crossfit:** Este es un programa de fuerza y acondicionamiento que consiste en un entrenamiento basado en movimientos funcionales ejecutados a una alta intensidad por intervalos y con descansos muy cortos, creado para mejorar la condición física, resistencia, fuerza y flexibilidad de las personas. Las clases tienen una duración máxima de una hora. Este sería un servicio innovador, ya que ningún centro de acondicionamiento del cantón lo utiliza, por lo tanto sería un atractivo para el gimnasio. Para hacer uso de esta clase, se deberá pagar una cuota adicional.

El horario de atención será de lunes a viernes de 5 a.m. a 9 p.m., sábados de 7 a.m. a 3 p.m. y domingos de 8 a.m. a 2 p.m.

Como servicio complementario, se pondrá a disposición de los clientes asesoría en materia de nutrición, los cuales mediante una cita programada

con anticipación, podrán acceder a asesoría y planes de alimentación con la guía de un experto en la materia, medición del índice de masa muscular, porcentaje y kilogramos de músculo y grasa, peso ideal, entre otros, para apoyar y así alcanzar de forma más rápida y segura sus objetivos.

También se harán alianzas estratégicas con centros de terapia, en los que se le brinden descuentos a los clientes que sufran cualquier tipo de lesión, se les brinde un tratamiento de calidad, así también como la opción de masajes relajantes y deportivos.

Adicionalmente, los clientes al pagar su mensualidad, como valor agregado podrán formar parte del equipo de atletismo del gimnasio, el cual tendrá entrenamientos los días martes y jueves en dos horarios, a las 5:15 a.m. y a las 7 p.m.

Finalmente, se contará dentro del complejo deportivo con un espacio que venderá accesorios para el gimnasio, como proteínas, vitaminas y todo tipo de suplementos como quemadores de grasa, recuperadores musculares y energéticos, entre otros.

7.1.3. Otros servicios

El complejo deportivo contará con una pequeña soda, para que después de los partidos, puedan adquirir productos para consumir, como galletas, bebidas hidratantes y snacks. También, la soda pondrá a disposición del público, comidas rápidas, como empanadas, hamburguesas, papas fritas, perros calientes, tacos, entre otros.

7.1.4. Marca

El nombre del complejo deportivo será “Fénix”, con una propuesta de logo que a continuación se presenta:

Figura 4.1
LOGO DE LA EMPRESA
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Para efectos de descripción del logo de la marca, este se compone de un ave fénix dibujada en forma tribal, que en su cola presenta una esfera con los colores que representan al cantón de Mora que son el morado, el verde y el naranja. En el centro de esta esfera se indica el nombre de complejo deportivo.

7.1.5. Beneficios del servicio

A continuación se detalla una serie de beneficios y elementos diferenciadores de los servicios del complejo deportivo:

- Varios servicios en un mismo lugar.
- Canchas techadas de césped sintético, lo que permite jugar por más tiempo, además de no ser afectadas por las lluvias, por lo que no habrá necesidad de suspender o cancelar los partidos.
- Instalaciones modernas, con la mejor infraestructura del mercado.
- Amplio parqueo para 20 vehículos.
- La mejor atención y personal capacitado.
- Excelente ubicación geográfica.
- Flexibilidad de horarios, tomando en cuenta a las personas que terminan tarde su jornada laboral.

7.2. Precio

El precio que se defina debe responder a la cantidad de competencia existente en el mercado en el cual se va a ofrecer el servicio. Como se mencionó anteriormente, el complejo deportivo Fénix cuenta con 2 competidores directos con respecto al servicio de gimnasio y un competidor directo en cancha de fútbol sintética, en Ciudad Colón.

De acuerdo con los resultados de las encuestas, se logró obtener que el precio aproximado que pagarían los clientes potenciales por el servicio de alquiler de canchas de césped sintético se encuentra entre ¢ 15,000 a ¢ 20,000. Asimismo se tomará en cuenta los rangos de precio de ¢ 20,000 a ¢ 25,000, ya que estos tuvieron un porcentaje representativo en el estudio (gráfico 4.17). Para el servicio de gimnasio, el rango de precios que los clientes

potenciales estarían dispuestos a pagar, se encuentra entre el rango de ¢ 20,000 a ¢ 25,000 (gráfico 4.18).

Los precios de la competencia van desde los ¢ 18,000 a los ¢ 20,000 en el caso del servicio de alquiler de cancha de césped sintético, y en el caso de los gimnasios, el precio va desde los ¢ 17,000 a los ¢ 25,000, esto representa una opción viable para el complejo deportivo, ya que con base en la investigación de mercados, los precios se encuentran entre los rangos que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el servicio.

A continuación se detallan los precios de los servicios que ofrecerá el complejo deportivo:

Tabla 4.3
PRECIOS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS
 Términos absolutos
 Agosto 2014
 (En colones)

Precios	
Alquiler de cancha sintética	Monto
Por hora	20,000
Más de 1 hora (la hora)	17,000
Campeonatos (por equipo)	30,000
Gimnasio	
Matricula	15,000
Mensualidad	25,000
Crossfit (por mes)	40,000

FUENTE: Elaboración propia.

Como se muestra en la tabla anterior, el precio por alquiler de la cancha sintética por hora será de ¢ 20,000 la hora, pero si la cancha la alquilan por más de una hora, el costo por cada hora será de ¢ 17,000. El costo de los campeonatos será de ¢ 30,000 por equipo; los mismos estarán compuestos por 8 equipos.

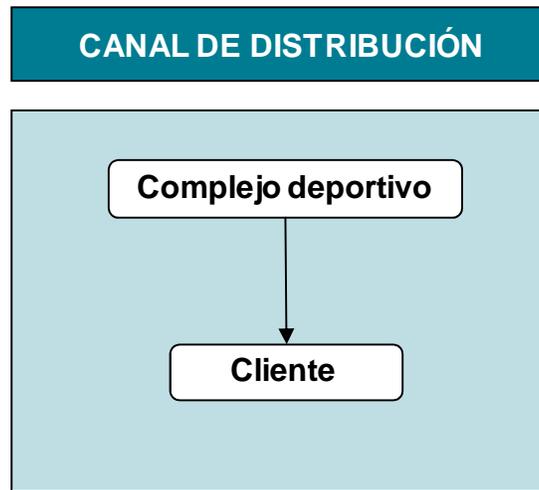
Para el caso del gimnasio, el costo de la matrícula será de ¢ 15,000. Como se mencionó anteriormente, para el caso de las lecciones de Crossfit, estas se cobrarán por aparte, ya que para impartir este tipo de clases, se necesita pagar una afiliación y una licencia que tiene un costo anual de USD 3,000, debido a que la marca Crossfit, es una marca registrada y sólo se puede usar bajo esta licencia. Todos los clientes que paguen la mensualidad de Crossfit, además de las clases, tienen el derecho de hacer uso de las instalaciones, así como de asistir a las demás clases que impartirá el gimnasio del complejo deportivo.

7.3. Plaza

La ubicación del Complejo Deportivo Fénix, fue seleccionada pensando en el lugar más conveniente para estimular los ingresos, por lo que se escogió un terreno ubicado en el centro de Ciudad Colón, el cual cabe destacar que es un punto estratégico, ya que se ubica en una zona de fácil acceso para todos los habitantes, no solo de Ciudad Colón, sino también del cantón de Mora.

El canal de distribución que utilizará el complejo deportivo, será un canal directo, el cual se detalla a continuación:

Figura 4.2
CANAL DE DISTRIBUCIÓN
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

Debido a lo que se va a brindar es un servicio, este se ofrece al cliente final haciendo que esta sea una relación directa, en donde él mismo llegará a nuestras instalaciones a solicitar el servicio que desee, sin necesidad de ningún tipo de intermediarios.

7.4. Promoción

Según los resultados de las encuestas (gráfico 4.20), el cliente potencial indicó una preferencia por saber de los nuevos servicios mediante internet y televisión, con un 75.32% y 63.64% respectivamente.

Debido a esta situación y aprovechando esta oportunidad de preferencia de promoción, se utilizará como principal medio publicitario un sitio web, además de las redes sociales como Facebook y Twitter, con el fin de promocionar la marca y a la vez informar a los clientes sobre toda la información de la empresa, los servicios ofrecidos, así como ofertas, promociones y cualquier otra información de interés. Este medio será utilizado debido a su bajo costo, además de que tiene un gran impacto y es de fácil acceso para la gran mayoría

de consumidores, con los cuales se puede permanecer en contacto y de una forma sencilla, además de que se puede recibir retroalimentación de los clientes.

Por motivos de costos, no se realizarán pautas o anuncios televisivos, a pesar de que este obtuvo el segundo lugar de preferencia por parte de los encuestados. Debido a que el mercado meta son los habitantes de Ciudad Colón y alrededores, no se considera necesario crear un comercial en televisora nacional.

Otro medio de comunicación que se utilizarán serán los volantes, los cuales se repartirán en el parque y distintos puntos del distrito, como pulperías, tiendas, entre otros locales comerciales. Estos volantes tendrán información referente a la ubicación del complejo deportivo, los servicios que se ofrecen, teléfono, dirección de la página web y redes sociales. La repartición de los volantes se hará durante los primeros 3 meses, por lo que se calcula que se repartirán cerca de 3,000 volantes en este periodo. Sin embargo, se podría reconsiderar seguir usando este medio una vez concluidos los 3 meses.

En lo que respecta a las promociones, con el fin de atraer a los clientes potenciales, se harán las siguientes:

- 3 días de prueba: Se les ofrecerá a los clientes, 3 días de prueba en el gimnasio, para que conozcan las instalaciones y todo el equipamiento.
- Matricula con un amigo: Si dos amigos se matriculan juntos, a ninguno se le cobrará la matricula.

8. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

8.1. Descripción del negocio

Complejo Deportivo Fénix ofrecerá a los habitantes de Ciudad Colón un lugar con la infraestructura y equipo adecuado y acorde a sus necesidades, para la práctica del fútbol en cancha de césped sintético, así como un gimnasio equipado para la práctica del ejercicio.

La empresa estará formada por profesionales emprendedores, que tienen varios años de experiencia y con amplio conocimiento en la administración de negocios a lo largo del país.

8.2. Visión

Ser la empresa líder que cumpla con todos los estándares de calidad y mejoramiento continuo, para ser reconocidos como la mejor opción para satisfacer las necesidades de recreación y deporte en Ciudad Colón.

8.3. Misión

Dar a nuestros clientes la mejor opción en materia de ejercicio y recreación, con el objetivo de brindarles facilidades deportivas para la práctica del fútbol y actividad física, ofrecidos con la más alta satisfacción y un sentido de calidez, liderazgo y excelencia.

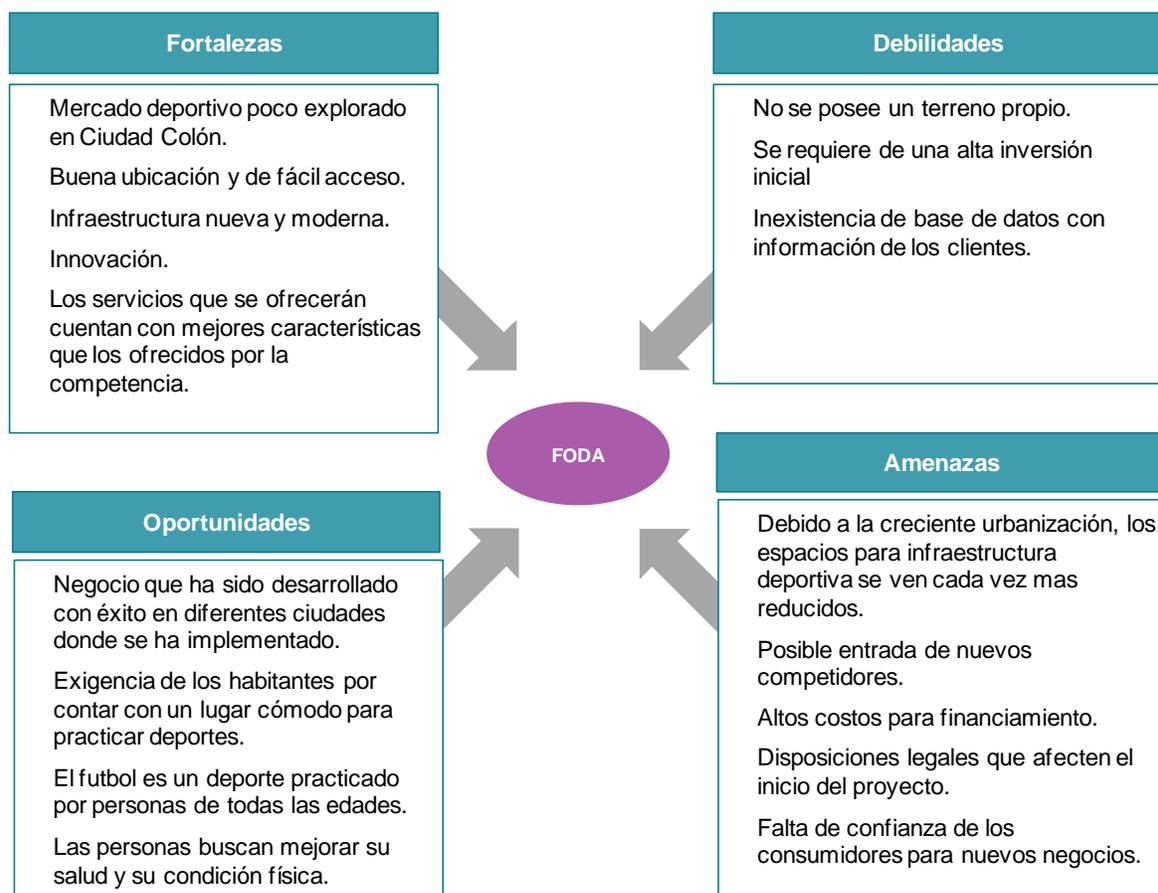
8.4. Valores

- Confianza
- Transparencia

- Responsabilidad
- Innovación
- Excelencia
- Mejora continua

8.5. Análisis FODA

Figura 4.3
MATRIZ FODA
Agosto 2014



FUENTE: Elaboración propia.

9. MERCADO DE PROVEEDORES

Actualmente, el mercado de proveedores tiene una importancia similar o igual al mercado consumidor, por lo tanto es un aspecto a tomar en consideración para cualquier nuevo proyecto. A continuación se describirán los principales proveedores que tendrá el complejo deportivo:

- Instituto Costarricense de Electricidad (ICE): Institución encargada de proporcionar los servicios de electricidad y telefonía fija.
- Acueductos y Alcantarillados (AyA): Institución encargada de suministrar el servicio de agua potable.
- Zacatex: Será la empresa encargada de proporcionar la cancha de césped sintético, así como la instalación de la misma.
- Discount Online Fitness: Empresa ubicada en Texas, especialista en venta y distribución de equipo para gimnasios.
- José Luis Fernández Sosa: Será la persona encargada de elaborar los chalecos que serán utilizados por los equipos de fútbol.
- Cicadex: Es una empresa líder en el mercado de implementos deportivos. Será la empresa encargada de proveer balones de fútbol, así como otros implementos y artículos deportivos.
- Tigo: Es una empresa regional que tiene presencia en mas de 15 países. Esta empresa será la encargada de brindar los servicios de internet y televisión por cable.

- GNC Costa Rica: Empresa transnacional encargada de suministrar de productos y suplementos nutricionales al gimnasio.
- Goodlife Costa Rica: Empresa nacional encargada de suministrar ropa deportiva como t-shirt, camisetas, pantalonetas, gorras, licras, entre otros.
- Suplementos Gym Costa Rica: Empresa encargada de importar suplementos alimenticios y nutricionales.
- Pisos y Acabados La Granja: Empresa costarricense ubicada en Ciudad Colón, especializada en productos para construir y remodelar.
- FEMSA: Empresa multinacional encargada de suministrar bebidas y gaseosas como Coca Cola, Fanta, Sprite, Powerade, Agua Alpina, entre otros.
- Office Depot: Empresa encargada de la venta de papelería y artículos de oficina.
- Pozuelo: Empresa nacional ubicada en la Uruca, encargada de la producción, venta y distribución de galletas.
- Alimentos Jacks Centroamérica: Empresa líder localizada en Pavas, encargada de la producción y distribución de snacks, cereales y bocadillos.

10. DETERMINACIÓN DE COSTOS E INVERSIONES DEL COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADO

Dentro de la información recabada en la investigación de mercados realizada a los habitantes de Ciudad Colón, se realiza una propuesta acorde a los medios que los encuestados indicaron como de mayor preferencia para recibir información de los servicios prestados por el nuevo proyecto.

Esta propuesta se centra en el alcance que se puede dar por medio de las redes sociales, las cuales vienen a sustentar un medio de comunicación fuerte y de atención directa al público, además el proyecto pretende tener su propia página web, donde se muestra toda la información que los clientes deseen obtener.

Es importante destacar que estos costos e inversiones son los se ven identificados en la estrategia de comercialización en la parte de promoción, ya que son los únicos en costos en que se incurrirán para lograr dar a conocer el servicio.

Tabla 4.4
COSTOS E INVERSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO
Términos absolutos
Agosto 2014

Costos e inversiones - Estudio de mercado		
Rubro	Cantidad	Monto
Volantes	3,000	450,000
Página web	1	165,000
Total		615,000

FUENTE: Elaboración propia.

Como es bien sabido, las estrategias de publicidad varían, sin embargo para este fin, se presupuestaran ¢ 80,000 mensuales para gastos de mercadeo y publicidad.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

11.1. Conclusiones

- Se determinó que 77% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar los nuevos servicios que ofrecería el complejo deportivo Fénix.
- El 65% de los encuestados indicaron que estarían dispuestos a utilizar el servicio de alquiler de cancha de fútbol sintética, mientras que un 31% de los encuestados estaría dispuesto a utilizar el servicio de gimnasio.
- Los aspectos que los encuestados consideraron más atractivos para utilizar los servicios del complejo deportivo son el precio, la ubicación y los servicios ofrecidos.
- El perfil del cliente de los servicios son los habitantes de Ciudad Colón que tengan entre 15 y 55 años de edad y que les guste practicar actividad deportiva.
- Con el análisis de la competencia se determinó que actualmente en Ciudad Colón existen 3 competidores directos a los servicios que ofrecería el complejo deportivo, los cuales son dos gimnasios y una cancha de césped sintético, sin embargo que la calidad de las instalaciones, así como del servicio no es buena.
- Los medios de comunicación preferidos por los encuestados para conocer información acerca del complejo deportivo son el internet y la televisión.
- Para establecer los precios de los servicios del complejo deportivo, se tomaran en cuenta los precios que ofrece el mercado, así como los precios que estarían dispuestos a pagar los clientes.

11.2. Recomendaciones

- Estimular el consumo de los clientes por medio de promociones y descuentos.
- Dar a conocer al mercado meta la diferenciación de la calidad de los servicios que ofrecerá el complejo deportivo, en comparación con sus competidores.
- Realizar un estudio más exhausto de los competidores directos, así como de otros competidores de la zona, así como de posibles nuevos competidores.
- Realizar estudios de la población periódicamente para determinar los cambios y nuevas tendencias de los hábitos de consumo.
- Hablar con representantes de empresas deportivas, para buscar patrocinios.

12. METAS DEL ESTUDIO

- Preparar una campaña publicitaria para atraer la atención no solo de todos los habitantes de Ciudad Colón, sino también de los habitantes del cantón de Mora y alrededores.
- Abarcar el 35% de la demanda potencial en el primer año.

CAPITULO V

ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se pretende conocer, aprender y aplicar las partes técnicas que se necesitan para el desarrollo del proyecto. Por lo tanto, describe el tamaño del proyecto, localización, la tecnología a utilizar, la infraestructura necesaria y cada aspecto que se considere relevante en un complejo deportivo.

1. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

Este punto es importante de analizar para la evaluación del proyecto, ya que permitirá hacer una aproximación de los costos relacionados con las inversiones necesarias para la construcción del proyecto. La determinación del tamaño de las canchas de césped sintético, así como del gimnasio, serán de vital importancia para tener una idea de las inversiones iniciales.

1.1. Tamaño

El área total del complejo deportivo tendrá una fachada de 64 m² y un largo de 40 m², para un total de 2,560 m². La distribución del complejo deportivo se detalla a continuación:

Tabla 5.1
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES
Términos absolutos y relativos

Distribución		
Zona	Área (m2)	Porcentaje
Canchas de césped sintético	1,400	54.7%
Gimnasio	528	20.6%
Área de espera	208	8.1%
Parqueos	192	7.5%
Pasillos	154	6.0%
Vestidores y baños	54	2.1%
Oficina nutricionista	12	0.5%
Soda	12	0.5%
Total	2,560	100%

FUENTE: Elaboración propia.

1.2. Capacidad

Para determinar este rubro, es necesario tomar en cuenta el horario de atención que tendrá el complejo deportivo. Para el caso de las canchas de fútbol, el horario será de 9 a.m. a 10 p.m. de lunes a domingo, por lo tanto, se estima que en cada cancha en promedio se jueguen 13 partidos diarios.

Según datos obtenidos en la investigación de mercados, las canchas de césped sintético normalmente operan entre el 65% y 75% de su capacidad total. Se espera que las canchas de césped sintético del complejo deportivo operen en un 70% de su capacidad total, que serían en promedio 9 partidos diarios por cada cancha.

Para determinar la capacidad instalada del gimnasio, es necesario considerar las dimensiones que este tendrá. La tasa de ocupación y la media observada en los gimnasios es de 1,5 clientes por m², tomando en cuenta esta

información y las dimensiones del gimnasio, este tiene una capacidad instalada para 792 personas. Se espera que el gimnasio opere a un 70% de su capacidad instalada, por lo que se estaría estimando un total de 554 clientes.

2. LOCALIZACIÓN

Uno de los aspectos más importantes del estudio técnico es la localización del proyecto, por lo tanto, se requirió realizar un análisis de la posible ubicación en donde operará el complejo deportivo. A continuación se muestran los resultados:

2.1. Macro localización

El proyecto del complejo deportivo estará ubicado en el cantón de Mora, perteneciente a la provincia de San José.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, el cantón de Mora cuenta con una población de 26,294 para el año 2011.

2.2. Micro localización

El proyecto se localizará en el distrito de Ciudad Colón, ya que este lugar cuenta con una amplia y completa cobertura de servicios básicos que aportan al desarrollo y crecimiento del proyecto.

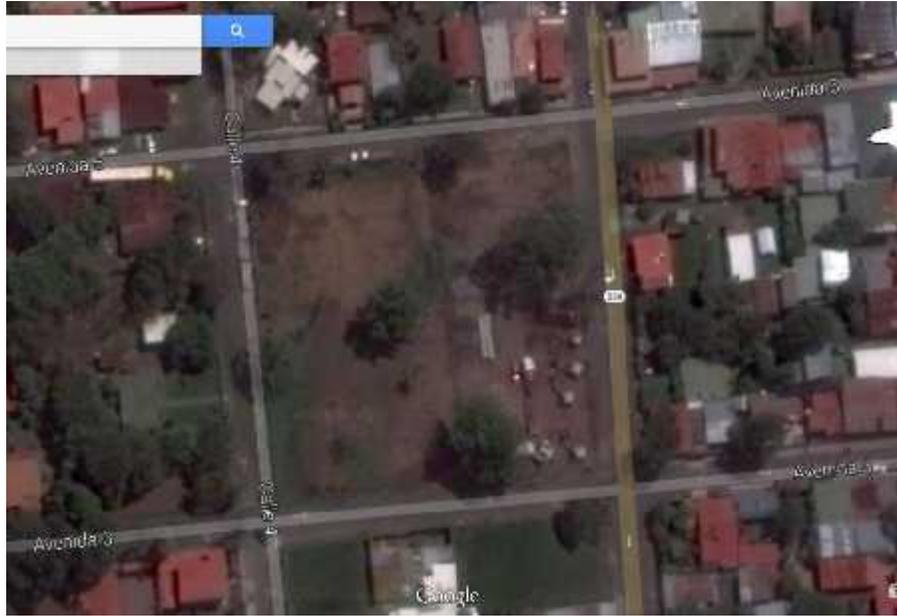
A continuación se incluyen una serie de criterios que se deben evaluar en el distrito de Ciudad Colón:

- El costo y su ubicación
- Comprobar el valor comercial de la zona o el costo del terreno contra otros similares en la misma zona.

- Las vías de acceso y disponibilidad de diversos transportes públicos
- Los servicios disponibles como agua, electricidad, teléfono, internet, alumbrado público, calles, recolección de residuos y pavimento.
- Solidez y constitución de la tierra del terreno, además de la forma del lote, ya que es preferiblemente cuadrado o rectangular a un terreno de forma irregular.
- Testificar que el terreno esté libre de gravámenes como lo son impuestos, hipotecas, embargos, entre otros.
- Proximidad y disponibilidad del mercado, así como de materias primas.

Según los requerimientos y analizando cada característica, se ubicó un terreno de 2,800 m², ubicado a 200 metros al norte del parque de Ciudad Colón, que reunía a cabalidad todas las características antes mencionadas.

Figura 5.1
LOCALIZACIÓN DEL TERRENO
Agosto 2014



FUENTE: Google Maps.

3. DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y DIAGRAMA DE PROCESO

3.1. Tecnología del proyecto

Césped sintético: De acuerdo con la empresa Zacatex, el césped sintético debe ser de última generación, monofilamento veteado diseñado para alto tránsito, con una altura aproximada de 55 mm, instalado con rayas de demarcación, arena y hule molido, hecho 100% de polietileno.

Maquinas de gimnasio: Son todas las máquinas mínimas requeridas para el gimnasio, estas incluyen tanto maquinas cardiovasculares, como máquinas de fuerza. Entre las principales podemos mencionar

- Bicicletas estacionarias o de spinning

- Caminadoras o bandas sin fin
- Máquinas elípticas
- Máquina de jalones
- Máquina para cuádriceps y femoral
- Mancuernas

Equipo electrónico: Incluye todos los aparatos electrónicos que serán utilizados tanto para las canchas como para el gimnasio, entre los que se pueden mencionar los siguientes:

- Computadoras portátiles
- Equipos de sonido
- Proyectores
- Pantallas de televisión

3.2. Diagrama de proceso

El complejo deportivo requerirá de varios procesos, ya sean administrativos, operativos, entre otros. A continuación se presentan los procesos del servicio de cancha sintética y el proceso del servicio de gimnasio.

3.2.1. Servicio de cancha sintética

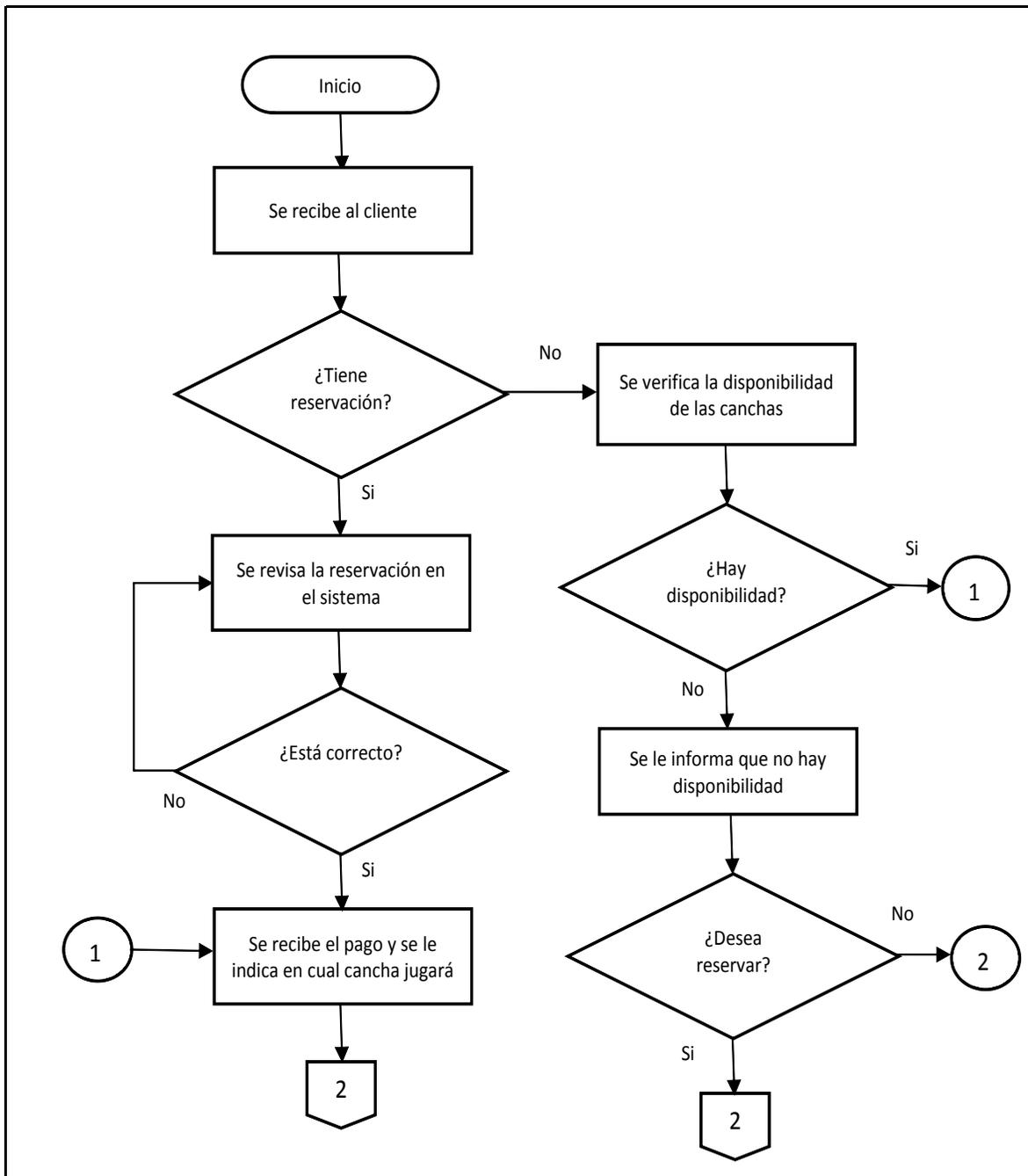
1. El cliente ingresa al complejo deportivo.

2. Se dirige a la recepción, en donde la recepcionista le pregunta si tiene reservación. Si el cliente responde que si, se verifica en el sistema si esta la reservación.

En caso de que el cliente no haya hecho reservación, se verifica si hay disponibilidad de canchas. Si hay disponibilidad de cancha, se procede con el paso #3, pero en caso de que no haya disponibilidad, se le indica al cliente y a la vez se le pregunta si desea reservar para otro día.

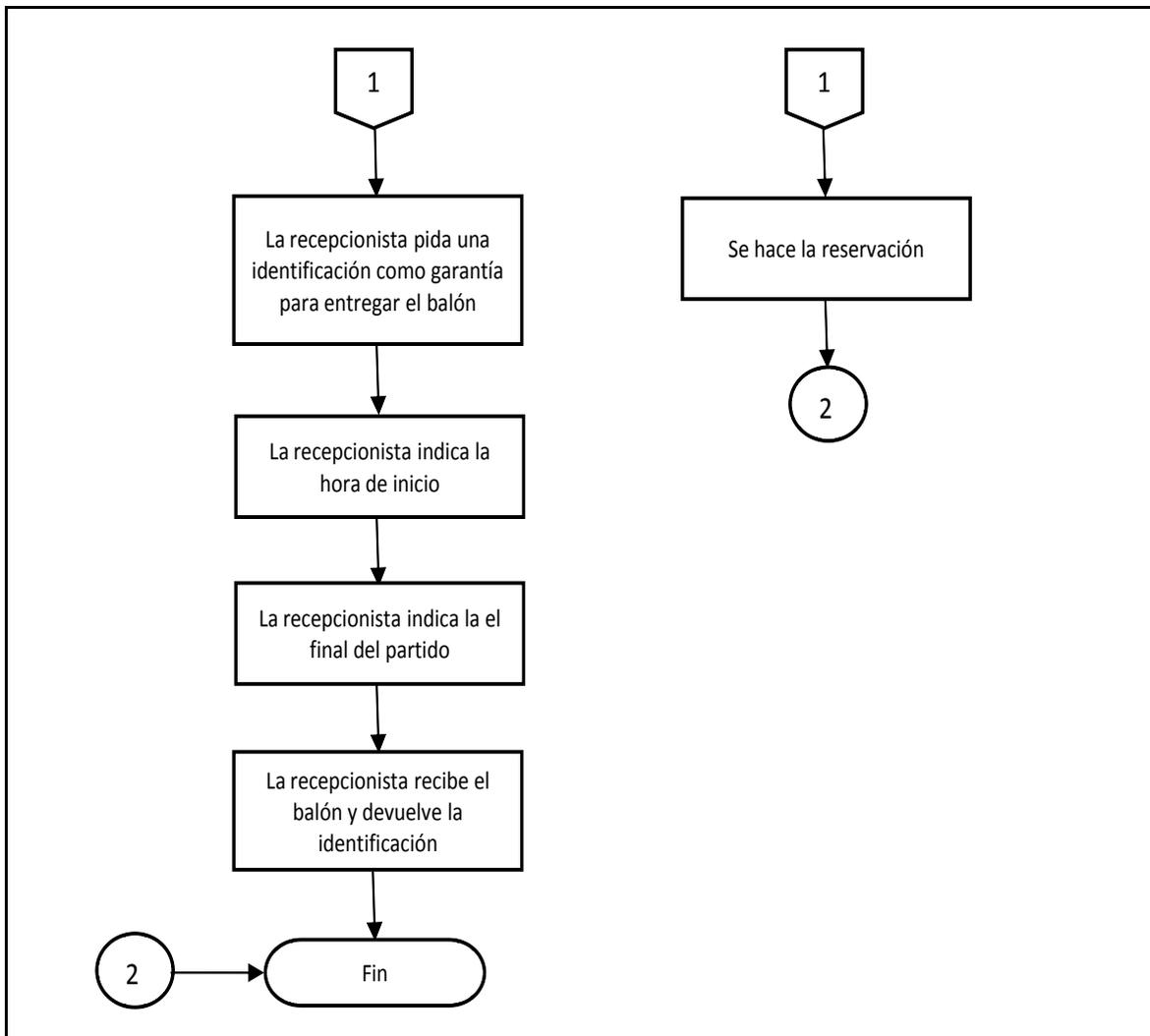
3. Si en el sistema aparece la reservación, se le procede a cobrar al cliente y a la vez se le entrega el balón, para esto se le solicita dejar una identificación como garantía.
4. El cliente se dirige a los vestidores para colocarse la ropa deportiva.
5. Seguidamente se dirige a la cancha donde jugará el partido. La recepcionista le indicará a partir de qué momento inicia a correr el tiempo
6. Cuando se cumpla la hora, la recepcionista le indicará que el tiempo ya se cumplió. Una vez finalizado el partido, el cliente se dirige a los vestidores.
7. Luego, el cliente se dirige a la recepción y entrega el balón que se le dio en un principio, y la recepcionista le devuelve la identificación que había dejado como garantía.
8. El cliente sale de las instalaciones y termina el proceso (ver figura #5.2)

Figura 5.2
DIAGRAMA DE PROCESO: USO DE CANCHAS SINTÉTICAS
Encargado: Recepcionista



FUENTE: Elaboración propia.

Figura 5.2 (continuación)
DIAGRAMA DE PROCESO: USO DE CANCHAS SINTÉTICAS
Encargado: Recepcionista



FUENTE: Elaboración propia.

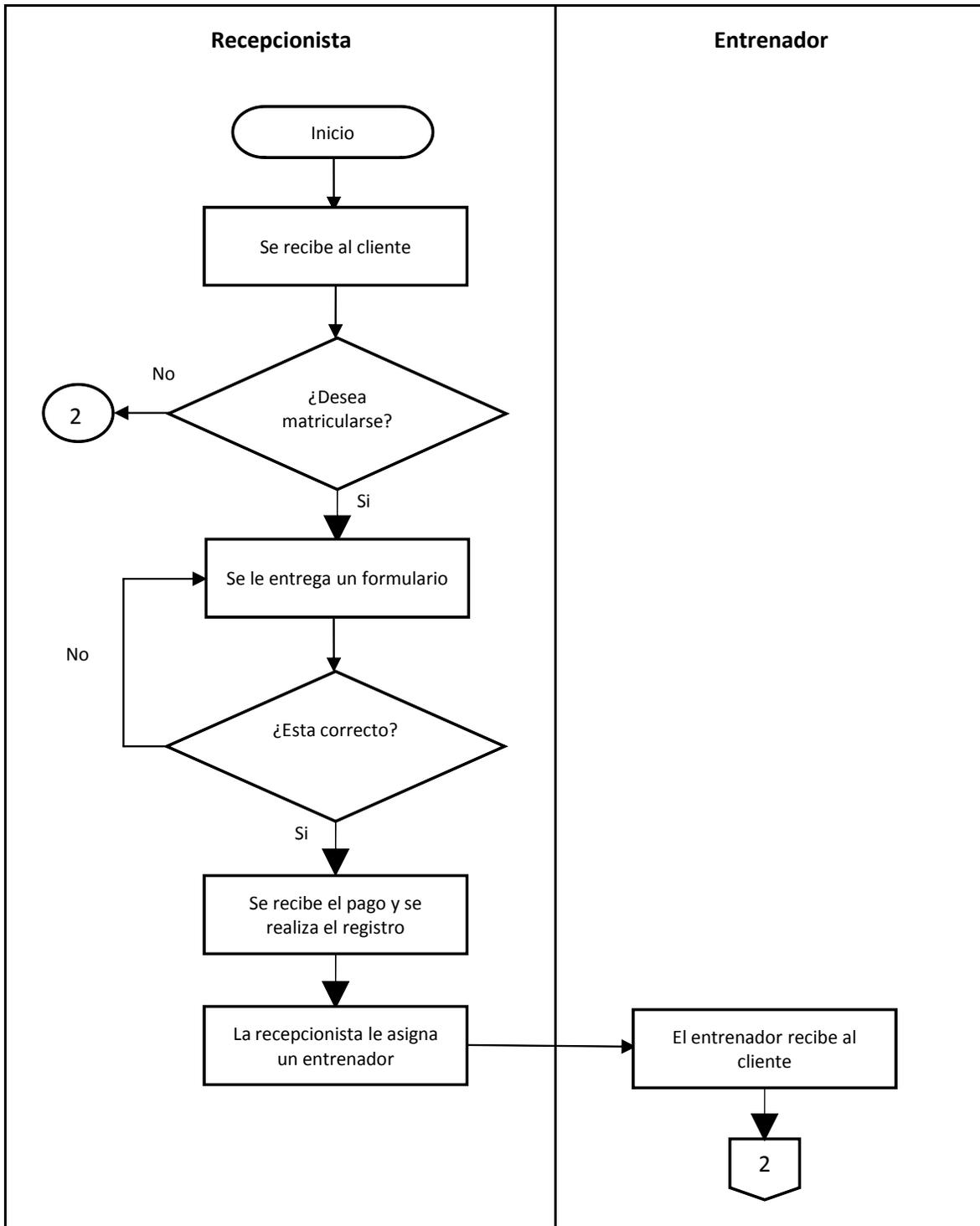
3.2.2. Servicio de gimnasio

1. El cliente ingresa al complejo deportivo.
2. Se dirige a la recepción, en donde la recepcionista le solicita el carnet de cliente para autorizarle la entrada.

En caso de que no sea cliente, se procederá con el proceso de matrícula. Este consiste en llenar un formulario con los datos del cliente. Después de que el cliente llene el formulario, se le cobra la matrícula y la mensualidad. Seguidamente se le asigna un instructor, el cual será el encargado de tomarle las medidas y de preparar una rutina de ejercicios.

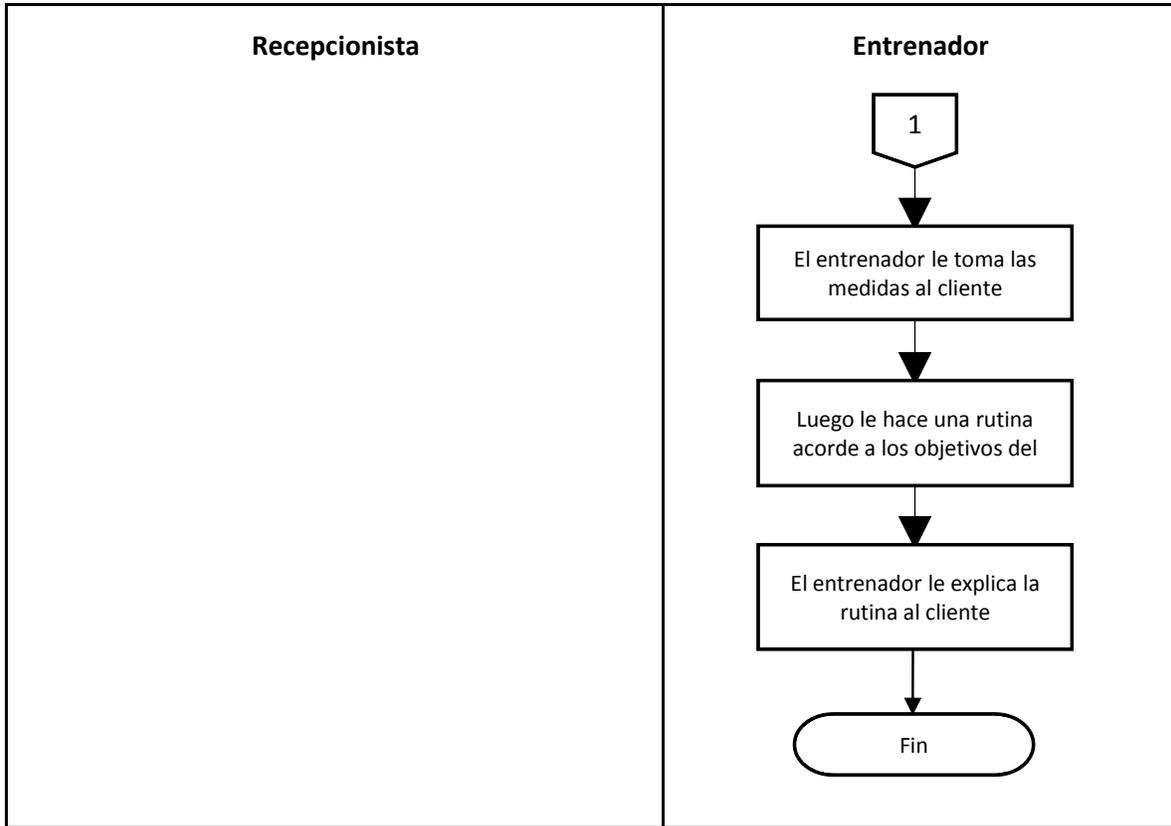
3. El cliente se dirige a los vestidores donde se colocara la ropa que va a utilizar para ejercitarse.
4. Seguidamente se dirige a las maquinas en donde va a realizar sus ejercicios, de acuerdo a la rutina que previamente se le preparo. Durante todo este paso, el cliente contará con la supervisión del entregar, en caso de que tenga alguna duda sobre cómo realizar un ejercicio o en caso de que lo esté haciendo mal.
5. Cuando termina el entrenamiento, se dirige a los vestidores para ducharse.
6. El cliente sale de las instalaciones y termina el proceso (ver figura #5.3).

Figura 5.3
DIAGRAMA DE PROCESO: USO DE GIMNASIO
Encargados: Recepcionista y entrenador



FUENTE: Elaboración propia.

Figura 5.3 (continuación)
DIAGRAMA DE PROCESO: USO DE GIMNASIO
 Encargados: Recepcionista y entrenador



FUENTE: Elaboración propia.

4. RESUMEN DE INVERSIONES Y COSTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO

Actualmente para el proyecto del Complejo Deportivo Fénix, no se cuenta con un inmueble para poder operar, por lo tanto, la mayoría de la inversión inicial se centrara en la compra del terreno y la construcción del inmueble. A continuación se detalla las inversiones y los costos de operación del proyecto:

4.1. Inversiones

A continuación se muestra un detalle con el total de las inversiones iniciales del proyecto, las cuales se explicarán de acuerdo a su tipo:

Tabla 5.2
INVERSIONES INICIALES
Setiembre 2014
(En colones)

Inversión inicial	
Detalle	Costo total
Terrenos y edificaciones	636,431,817
Canchas de césped sintético	25,770,086
Maquinaria y equipo de gimnasio	80,871,300
Equipo de oficina, audio y video	3,800,163
Muebles	2,281,865
Total	749,155,230

FUENTE: Elaboración propia.

4.1.1. Terrenos y edificaciones

Como se mencionó anteriormente en el análisis de la localización, se ubicó un terreno de 3,300 m². Se le consultó al dueño actual del terreno por el precio, y este indicó que el precio es de \$ 175 por m². También se realizaron investigación para conocer el precio de terrenos en la zona, y se llegó a la conclusión que el precio de m² va de un rango entre \$ 150 a \$ 200.

Tabla 5.3
TERRENOS Y EDIFICACIONES
Setiembre 2014
(En colones)

Terreno y edificaciones				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Terreno	2,800	m ²	95,466	267,304,800
Edificaciones	2,560	m ²	144,190	369,127,017
Total	5,360			636,431,817

FUENTE: Elaboración propia.

Para la construcción de las edificaciones, se le consultó a la empresa Prosera Consultores, los cuales utilizan una tabla de precios por unidad de diferentes tipos de construcción, con base en el modelo de valoración de bienes inmuebles del Órgano de Normalización Técnica del Ministerio de Hacienda. Esta herramienta permite la valoración de las construcciones, instalaciones y obras complementarias fijas y permanentes. Los resultados de la valoración se muestran a continuación:

Tabla 5.4
OBRAS FÍSICAS
 Setiembre 2014
 (En colones)

Obras físicas				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Gimnasio	528	m2	302,320	159,625,134
Canchas de césped sintético (techado)	1,400	m2	111,047	155,466,010
Área de espera	208	m2	111,047	23,097,807
Pasillos	154	m2	111,047	17,101,261
Camerinos	30	m2	174,758	5,242,726
Baños	24	m2	174,758	4,194,181
Soda	12	m2	174,758	2,097,090
Oficina nutricionista	12	m2	111,047	1,332,566
Zona de parqueo	192	m2	5,053	970,241
Total	2,560			369,127,017

FUENTE: Elaboración propia.

4.1.2. Canchas de césped sintético

Con respecto a las canchas de césped sintético, se cotizó con la empresa Zacatex. Según la información suministrada por esta empresa, el m2 de césped sintético tiene un costo de \$ 35.

Tabla 5.5
INVERSIÓN CANCHA SINTÉTICA
Setiembre 2014
(En colones)

Canchas				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Césped sintético	1,400	m2	15,400	21,560,000
Malla de seguridad	220	m2	11,500	2,530,000
Marcador electrónico	2	Unitario	360,043	720,086
Marcos y redes	4	Unitario	150,000	600,000
Chalecos	40	Unitario	6,500	260,000
Balones	10	Unitario	10,000	100,000
Total				25,770,086

FUENTE: Elaboración propia.

4.1.3. Maquinaria y equipo de gimnasio

Para todo lo relacionado con el equipo de gimnasio, se procedió a cotizar los precios de un lote completo en la empresa especializada Discount Online Fitness, ubicada en Texas, Estados Unidos, esto debido principalmente al alto costo de la maquinaria en el país, y también debido a que esta empresa vende lotes completos, lo que significa que las personas pueden adecuar su pedido de acuerdo a sus necesidades. Por otro lado, se cotizo con la empresa costarricense EP LOGISTICS los aranceles, impuestos en aduanas y el transporte en suelo nacional.

Tabla 5.6
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO DE GIMNASIO
Setiembre 2014
(En colones)

Maquinaria y equipo de gimnasio				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Maquinaria y equipo	1	Unitario	43,096,080	43,096,080
Impuestos en aduanas	1	Unitario	14,128,968	14,128,968
Piso de hule área de pesas	351	m2	34,574	12,135,518
Equipo de crossfit	1	Unitario	7,364,520	7,364,520
Piso área de aeróbicos	45	m2	47,988	2,159,441
Bodegaje	1	Unitario	1,091,040	1,091,040
Transporte en territorio nacional	1	Unitario	818,280	818,280
Báscula	2	Unitario	38,726	77,453
Total				80,871,300

FUENTE: Elaboración propia.

4.1.4. Equipo de oficina, audio y video

Se elaboró una lista con el equipo que se consideró necesario para el proyecto, y este se cotizó en diferentes tiendas de ventas de electrodomésticos como Gollo, 360 computación, PriceSmart, entre otros.

Tabla 5.7
INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA, AUDIO Y VIDEO
Setiembre 2014
(En colones)

Equipo de oficina, audio y video				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Pantallas LCD	6	Unitario	199,995	1,199,970
Equipo de sonido	2	Unitario	379,000	758,000
Computadora de escritorio	1	Unitario	449,995	449,995
Computadora portátil	2	Unitario	199,995	399,990
Proyector	1	Unitario	349,995	349,995
Teléfonos	3	Unitario	84,995	254,985
Luces de emergencia	5	Unitario	25,000	125,000
Impresora multifuncional	1	Unitario	124,995	124,995
Impresora matriz de punto	1	Unitario	116,990	116,990
UPS	1	Unitario	20,243	20,243
Total				3,800,163

FUENTE: Elaboración propia.

4.1.5. Muebles

Para la operación del proyecto, será necesario contar con una serie de muebles como escritorios, sillas, archivadores, entre otros. A continuación se presenta un detalle de los principales muebles que se requieren para empezar la operación:

Tabla 5.8
INVERSIÓN EN MUEBLES
Setiembre 2014
(En colones)

Muebles				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Futbolín	2	Unitario	529,995	1,059,990
Escritorio	2	Unitario	164,995	329,990
Silla ejecutiva	2	Unitario	129,995	259,990
Silla	2	Unitario	76,995	153,990
Archivador	2	Unitario	75,990	151,980
Extintor	4	Unitario	32,731	130,925
Vitrina	1	Unitario	75,000	75,000
Sillas plásticas	15	Unitario	4,000	60,000
Mesas plásticas	4	Unitario	15,000	60,000
Total				2,281,865

FUENTE: Elaboración propia.

4.2. Costos

Los costos que se determinaron para el proyecto se muestran a continuación:

Tabla 5.9
COSTOS GENERALES MENSUALES
Setiembre 2014
(En colones)

Costos	
Detalle	Gasto mensual
Salarios	5,950,000
Cargas sociales	1,547,000
Suministros generales	130,000
Materiales de oficina	100,000
Teléfono	80,000
Servicios públicos	1,650,000
Internet y Cable	30,000
Seguros	297,500
Mantenimiento	200,000
Licencias	136,380
Pagos municipales	12,000
Patente	270,000
Total	10,402,880

FUENTE: Elaboración propia.

Los salarios se encuentran a valor de mercado y fueron establecidos con base en la lista de salarios mínimos del segundo semestre 2014 publicada por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Se estima un incremento de un 7% anual por concepto de aumentos. Las cargas sociales, de acuerdo a la ley, corresponden a un 26% del salario de los trabajadores.

Tabla 5.10
SALARIOS
 Setiembre 2014
 (En colones)

Salarios			
Detalle	Personal requerido	Salario	Costo total
Administrador	1	700,000	700,000
Instructores	8	400,000	3,200,000
Recepcionista	2	350,000	700,000
Limpieza	2	300,000	600,000
Nutricionista	1	450,000	450,000
Guarda	1	300,000	300,000
Total			5,950,000

FUENTE: Elaboración propia.

Con respecto a los suministros generales y de oficina, así como los costos por servicios públicos fueron estimados mediante la información recopilada de distintas empresas que ofrecen algún servicio similar a los ofrecidos para el complejo deportivo.

4.3. Estructura de costos aplicada (fijos y variables)

Según su naturaleza, se realizó la siguiente distribución de cada uno de los costos, ya sean fijos o variables:

Tabla 5.11
COSTOS SEGÚN SU NATURALEZA
Setiembre 2014
(En colones)

Costos según su naturaleza	
Fijos	Variables
Salarios	Suministros generales
Cargas sociales	Materiales de oficina
Patente	Servicios públicos
Seguros	Teléfono
Internet y Cable	
Pagos municipales	
Licencias	
Mantenimiento	

FUENTE: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El área del terreno en su totalidad es de 2,800 m², esto según los requerimientos técnicos estimados.
- El proyecto estará ubicado se ubicará 200 mts norte del parque de Ciudad Colón.

- La capacidad instalada de cada cancha de fútbol es de 13 partidos diarios
- La capacidad instalada del gimnasio es para un total de 792 personas
- Gran parte de la inversión inicial corresponde principalmente a la compra del terreno, así como a la construcción de la infraestructura.
- La tecnología utilizada para el gimnasio (máquinas de ejercicio) será traída del extranjero debido principalmente al alto costo de esta tecnología en suelo costarricense.

5.2. Recomendaciones

- Cotizar los precios de los artículos con otros proveedores para comparar precios.
- Crear un plan para tener una correcta estructura de costos y así aprovechar al máximo todos los recursos.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL

En el siguiente capítulo se describe la estructura organizacional, los requerimientos legales, así como la normativa ambiental aplicable al proyecto. Para el componente organizacional, se considera la planeación e implementación de una estructura organizacional. Para el componente legal, se define la normativa jurídica sobre la que operará el proyecto.

1. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Como ya se mencionó en los capítulos anteriores, los principales servicios que se brindaran en el complejo deportivos es el alquiler de canchas de césped sintético para la práctica de fútbol y servicio de gimnasio. Por lo tanto, las principales actividades estarán ligadas específicamente a la prestación y desarrollo de estos servicios.

El servicio de alquiler de canchas de césped sintético estará a cargo de la recepcionista, la cual será la encargada de hacer las reservaciones de las canchas ya sea vía telefónica o de forma personal. También será la encargada de verificar en el sistema las reservaciones, realizar el cobro del alquiler de la cancha, indicar al cliente en cual cancha le corresponde jugar, entregar el balón, así como indicar la hora de inicio y de conclusión del partido.

Para el servicio de gimnasio, estarán involucrados tres colaboradores: La recepcionista, el entrenador y la nutricionista. La recepcionista será la encargada de recibir a los clientes y de proporcionarles todas las indicaciones para el proceso de matrícula. El entrenador será el encargado de guiar a los clientes hacia sus objetivos, mediante la rutina de entrenamiento, así como en la verificación de la

correcta ejecución de los ejercicios. Finalmente, la nutricionista será la encargada de brindar la asesoría alimenticia a los clientes que lo soliciten.

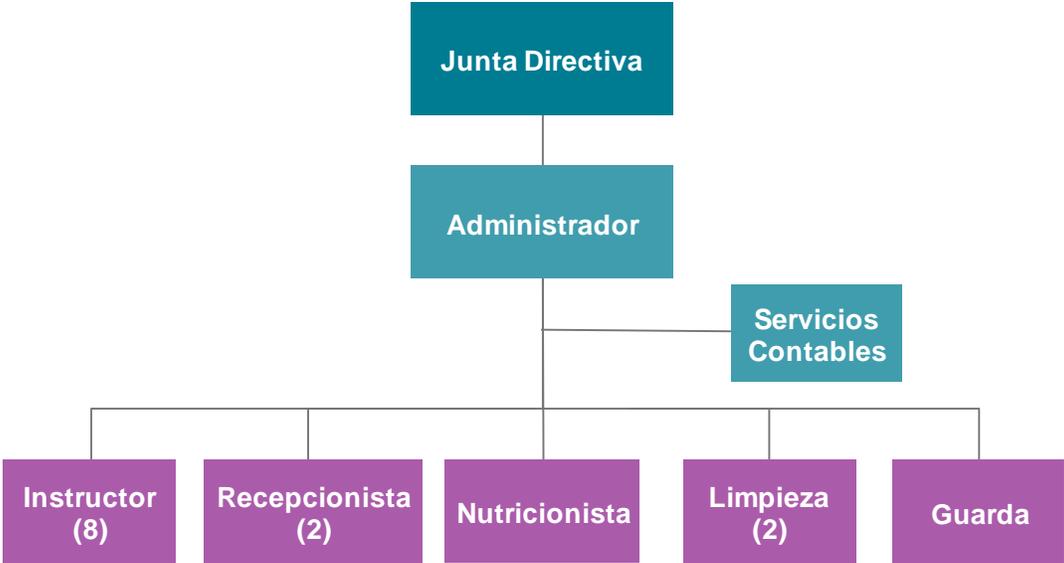
2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

2.1. Estructura organizacional

La estructura organizacional del Complejo Deportivo Fénix es una estructura lineal, conocida también como estructura simple, debido principalmente a la poca cantidad de personal, además de que es una estructura simple y de fácil comprensión. Gracias a este tipo de organización, todos los miembros de la organización tienen muy claros y definidos todas sus responsabilidades y funciones, además de que no hay conflictos de autoridad.

A continuación se muestra el organigrama del proyecto:

Figura 6.1
ORGANIGRAMA COMPLEJO DEPORTIVO FÉNIX
Octubre 2014



FUENTE: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura anterior, la organización estará conformada por 3 niveles. En el primer nivel se encuentra la Junta Directiva, que serán los encargados de tomar las decisiones importantes con respecto a la compañía.

En el segundo nivel se encuentra el Administrador, que será en el encargado de velar por el cumplimiento de todas las funciones del lugar, así como la correcta puesta en marcha del negocio. Este además, será el encargado de responder directamente cualquier situación ante la Junta Directiva.

Finalmente, en el tercer nivel se encuentra todos los demás trabajadores, los cuales son las recepcionistas, los entrenadores, los personeros de limpieza y el guarda. Todos ellos le reportan al Administrador de manera directa.

2.1.1. Junta Directiva

Son los encargados de controlar la gestión de la empresa. La Junta Directiva se reunirá dos veces al año, específicamente los meses de marzo (mitad del periodo fiscal) y setiembre (fin del periodo fiscal) para evaluar el desempeño de la compañía.

Entre sus principales funciones se encuentran:

- Evaluar y aprobar los estados financieros y balances de cada periodo fiscal y disponer de las utilidades que este genere.
- Elegir y remover al Administrador.
- Evaluar y hacer seguimiento de la gestión del Administrador.

- Aportar capital para las mejoras que requiera el negocio.

2.1.2. Administrador

Será la persona encargada de administrar todos los recursos de la empresa, lo que implicaría coordinar y supervisar todas las actividades necesarias para el perfecto funcionamiento del negocio.

Entre sus principales funciones se encuentran:

- Ser el vínculo entre la Junta Directiva y el negocio
- Realizar evaluaciones periódicas, así como velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía.
- Desarrollar objetivos medibles a corto y largo plazo.
- Mantener buenas relaciones con clientes, proveedores y entre todos los empleados.
- Administrar el recurso humano, a nivel de asignación de funciones, así como la contratación del personal.

2.1.3. Recepcionista

Será la encargada de brindar toda la información referente a los servicios que brindará el complejo deportivo, así como de atender en primera instancia a los clientes.

Entre sus principales funciones se encuentran:

- Atender a los clientes y aclarar cualquier duda que estos tengan acerca de los servicios ofrecidos.
- Atender las llamadas telefónicas.
- Hacer las reservaciones de las canchas para los partidos.
- Indicar la hora de inicio y de finalización de los partidos.
- Realizar el cobro y llevar el manejo del dinero recibido por los servicios prestados.

2.1.4. Instructores

Serán los encargados de asesorar a los clientes del gimnasio en sus rutinas de ejercicios, por lo tanto, deberán llevar un control de todos los clientes que se encuentren a su cargo.

Entre sus funciones están:

- Llevar a cabo las sesiones de ejercicio.
- Asesorar a los clientes sobre cómo mejorar su condición física.
- Velar porque los clientes realicen los ejercicios de manera correcta.
- Crear las rutinas de ejercicio acorde a las metas de cada cliente.
- Realizar las mediciones de peso, grasa y masa corporal de los clientes.

2.1.5. Nutricionista

Su papel será el de brindar asesoría alimenticia a los clientes del gimnasio. Al principio de la consulta, deberá realizar una evaluación de los clientes, averiguar sus hábitos de alimentación, tomar las medidas y finalmente realizar un plan alimenticio, que junto con la rutina de ejercicios del gimnasio, guíe al cliente al cumplimiento de sus objetivos.

2.1.6. Encargado de limpieza

Será la persona encargada de mantener el aseo y limpieza en las instalaciones. Debido a la importancia de mantener limpias las máquinas para hacer ejercicio, así como los baños y vestidores, esta persona deberá limpiar constantemente y velar de que todo este aseado. También deberá llevar un control de todos los suministros de limpieza y solicitar en caso de que estos se acaben.

2.1.7. Guarda de seguridad

Será el encargado de proteger al personal de la empresa, así como a los clientes. Deberá hacer mantener la calma y la seguridad en el negocio, así como colaborar con el personal cuando sea requerido, así como estar pendiente de los clientes que ingresen y salgan del negocio.

2.1.8. Unidades externas

En este proyecto, se necesitará de un outsourcing o de un contador externo, que será el encargado de hacer todos los registros contables y la preparación de estados financieros y sus correspondientes notas contables.

2.2. Remuneración de los puestos

De acuerdo con el Código de Trabajo, todo trabajador debe recibir al menos el salario mínimo estipulado por Ley. Por lo tanto, para calcular el salario de los trabajadores, se utilizó como base la “Lista de salarios mínimos” para el segundo semestre del año 2014, publicada por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. A estos salarios, se le agrega un porcentaje adicional para que se encuentren al valor del mercado y por encima del mínimo de ley, ofreciendo estabilidad laboral a todos los trabajadores. A continuación se muestra un detalle de los salarios por trabajador:

Tabla 6.1
SALARIOS MENSUALES
(En colones)

Salarios	
Puesto	Salario mensual
Administrador	700,000
Nutricionista	450,000
Instructor	400,000
Recepcionista	350,000
Encargado de limpieza	300,000
Guarda	300,000
Total	2,500,000

FUENTE: Elaboración propia

2.3. Cantidad de empleados

Para la operación del negocio, se requiere de un Administrador, una nutricionista, ocho instructores, dos recepcionistas a medio tiempo, dos encargados de limpieza a medio tiempo y un guarda de seguridad.

2.4. Jornada laboral

El Administrador tendrá una jornada laboral de 8 a.m. a 6 p.m. Para el caso de los instructores, se requiere que haya cuatro instructores en el turno de la mañana, que sería de 5 a.m. a 1 p.m., y cuatro instructores en el turno de la tarde/noche que sería de 1 p.m. a 9 p.m. Para la recepcionista, igualmente se contará con 2 turnos, con el mismo horario que los turnos de los instructores.

3. REQUERIMIENTOS LEGALES

Para la creación del complejo deportivo, es necesario cumplir con los lineamientos de la legislación nacional que se relaciona directa e indirectamente con el mismo. El proyecto debe apegarse a los requerimientos en aéreas como legislación municipal, laboral y tributaria.

3.1. Normativa jurídica

Para este proyecto, se realizó un análisis jurídico que se debe cumplir antes de la creación del complejo deportivo. Los siguientes elementos son claves respecto a la normativa jurídica:

3.1.1. Uso de suelos

Para dicho permiso, la empresa debe solicitar a la Municipalidad de Mora un certificado de uso de suelos. Para solicitar el certificado de uso de suelos es necesario completar el formulario (ver anexo 5) y luego presentarlo en el Departamento de Control y Desarrollo Urbano de la Municipalidad. Este trámite no tiene costo alguno y tiene un plazo de resolución de 8 días hábiles. Los requisitos son:

- Formulario debidamente lleno.

- Dos fotocopias legibles del plano catastrado visado por la Municipalidad de Mora.
- Estudio literal de la propiedad.
- Estar al día con los impuestos municipales (la propiedad debe estar debidamente declarada).

3.1.2. Permiso sanitario de funcionamiento

Para solicitar la patente comercial, primeramente se debe solicitar ante el Ministerio de Salud el permiso sanitario de funcionamiento, el cual se tramita en el Área Rectora de Salud Mora.

Este permiso tiene un costo de 100 dólares o su equivalente en colones al tipo de cambio actual, los cuales se depositan en el Banco Nacional de Costa Rica y será pagadero cada cinco años. Las personas que tramitan este permiso por primera vez, independientemente del riesgo al que su actividad o establecimiento pertenezca, debe presentar los siguientes documentos:

- Formulario unificado de solicitud de Permiso Sanitario de Funcionamiento (ver anexo 6).
- Comprobante de pago del Banco Nacional de Costa Rica.
- Declaración jurada (ver anexo 7).
- Copia de la certificación registral o notarial de la personería jurídica vigente.

- Copia de Carnet y Curso de Manipulación de Alimentos para establecimientos de alimentos.

3.1.3. Permiso municipal de construcción

Este permiso deberá solicitarse en la Municipalidad de Mora y tiene una duración de aproximadamente 30 días. El monto a cancelar por el permiso de construcción es conocido como impuesto a la construcción y corresponde al 1% del valor de la obra que tasó el CFIA, y se debe cancelar solamente una vez al momento de iniciar la obra.

Es importante señalar que ninguna obra deberá iniciar sin haber cancelado el permiso de construcción, de lo contrario el dueño se hará acreedor de multas y de la suspensión de la obra. De acuerdo con la Municipalidad de Mora, los principales requisitos para obtener un permiso de construcción para nuevas edificaciones mayores a 300 m² son:

- Formulario firmado por el propietario del inmueble y el profesional responsable de la obra.
- Copia legible y completa del plano catastrado de la propiedad.
- Uso de suelo emitido por la Municipalidad.
- Tres copias de los planos constructivos visados y timbrados por el CFIA.
- Copia del contrato de consultoría del CFIA.
- Declaración jurada para el Ministerio de Salud o caso contrario el visado otorgado por el Ministerio de Salud.

- Visto bueno de vialidad ambiental y copia de Impacto Ambiental emitido por SETENA.
- Permiso municipal para evacuación de agua pluviales

3.1.4. Patente municipal

Para la actividad comercial, se deberá solicitar una patente comercial, la cual es solicitada en la Municipalidad de Mora en el Departamento de Patentes, se deberá llenar el formulario y además presentar los siguientes requisitos:

- Uso de suelo emitido por el Departamento de Ingeniería Municipal.
- Fotocopia del permiso del Ministerio de Salud.
- Fotocopia de la póliza de Riesgos Laborales del INS.
- Constancia de impuestos municipales al día.
- Recibo de pago del Entero de Timbre de Patente Municipal por un monto de 100 colones.
- Fotocopia del representante legal.
- Certificación de la CCSS a nombre del solicitante de la patente.

- Fotocopia de la inscripción como contribuyente en la Administración Tributaria de la Dirección General del Ministerio de Hacienda.
- Fotocopia del plano de la propiedad donde se ubicará el local.
- Certificación literal de la propiedad en la cual se ubica el local comercial.

De acuerdo con la Ley 7387 “Ley de Patentes del Cantón de Mora”, cada año a más tardar el 5 de diciembre, se deberá presentar ante la Municipalidad una declaración jurada de sus ingresos brutos y con base en esta información, la Municipalidad calculará el impuesto por pagar. Para calcular el impuesto a pagar, se aplicará el tres por mil (3x1000) sobre los ingresos brutos. Esta suma dividida entre cuatro determinará el impuesto trimestral a pagar.

Para el caso del pago de patentes nuevas, no existen montos fijos establecidos, ya que una vez aprobada la patente por la Comisión de Patentes, la Encargada de Patentes la traslada al Administrador Tributario, quien se encarga de establecer un monto a una actividad similar y en una localización cercana. En caso contrario se valora la actividad que se desarrollará, la dimensión del local, su ubicación, entre otras características.

Según la Licda Karla Matamoros, Coordinadora de Licencias Comerciales de la Municipalidad de Mora, para el proyecto se debe tramitar una sola licencia como centro deportivo y no una licencia por cada servicio, siempre y cuando la actividad comercial se desarrolle en una sola propiedad y no existan otras actividades que le vayan a cambiar o contrariar el giro de la actividad principal.

3.1.5. Constitución de Sociedad Anónima

Para dar inicio formal al negocio es necesario conformar legalmente a la empresa, para lo cual se registrará como una sociedad anónima ante el Registro Público. El costo de constituir la sociedad anónima es de aproximadamente 393,432 colones, distribuidos de la siguiente forma:

- Costo en timbres, que incluye nueva tarifa de Derecho de Registro: 36,494 colones.
- Costo de legalización de libros: 15,075 colones.
- Costo de impuesto a las personas jurídicas: 186,063 colones.
- Costo aproximado de publicación de aviso en La Gaceta: 5,800 colones.
- Los honorarios notariales por constitución de una sociedad mercantil: 150,000 colones.

Es importante rescatar que las personas jurídica, según su naturaleza pagan un impuesto anual, estipulado en el artículo 3 de la Ley 9024. El impuesto para las sociedades Activas ante Tributación es un 50% del Salario base mensual de oficinista.

Según el artículo 18 del Código de Comercio, los requisitos para constituir una sociedad anónima son:

- Constituir ante notario una escritura pública. Dicha escritura debe solicitar la expedición de la cedula jurídica. Para constituir la sociedad deben comparecer como mínimo dos personas.

- Como parte de las responsabilidades del notario que redactará la escritura, deberá verificar que el nombre propuesto para la sociedad no esté ya inscrito, y hacer un estudio de registro para los casos en que se aporten bienes muebles o inmuebles registrables como parte del capital social.
- Publicar en el Diario Oficial La Gaceta, el edicto de síntesis de la constitución de la sociedad.
- Pagar en el Banco de Costa Rica, los timbres o derechos de registro, según el artículo 2 de la Ley de Aranceles del Registro Público.
- Presentar al registro mercantil, la escritura pública, el comprobante de pago de timbres y la razón notarial que indique que el edicto fue enviado a publicar, señalando el número de la boleta que la Imprenta Nacional emitió como constancia.

3.1.6. Registro como contribuyente

De acuerdo con lo establecido por la ley, después de 10 días de haberse inscrito la sociedad anónima, se debe proceder a la inscripción como contribuyente tributario ante la Dirección General de Tributación Directa, ya que al iniciar actividades comerciales, se adquiere el deber y la responsabilidad de pagar impuestos. Los requisitos para las personas jurídicas son los siguientes:

- Presentar el formulario D-140 “Declaración de Inscripción, Modificación de Datos y Desinscripción”.
- Presentar original y fotocopia de la cedula jurídica.

- Certificación de personería jurídica emitida por el Registro Público o por un notario público, con una antigüedad no mayor a 3 meses contados a partir de su expedición.
- Cedula de identidad del representante legal en original y fotocopia.

3.1.7. Códigos y leyes aplicables al negocio

Los establecimientos en que se prestan servicios personales de embellecimiento, gimnasios y otros similares, están regidos por la Ley 5395 “Ley General de Salud” publicada en La Gaceta 222 del 24 de noviembre de 1973. Esta ley expresa los deberes y restricciones a que quedan sujetas las personas que por ciertas actividades puedan afectar la salud de terceros.

Los centros de acondicionamiento físico, están regulados por el decreto 33532-S publicado en La Gaceta 17 del 24 de enero de 2007, el cual expresa la obligatoriedad de la aplicación del “Manual de normas para la habilitación de centros de acondicionamiento físico”, esto con el fin de mejorar la calidad de los servicios y programas que brindan aquellos establecimientos cuya función se relaciona con el ejercicio físico, salud, deporte, rehabilitación física y recreación denominados Centros de Acondicionamiento Físico.

3.2. Normativa laboral

Esta empresa deberá cumplir con lo referente a contratos por tiempo indefinido de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo, además con las Leyes de Protección al Trabajador, Garantías y Derechos de los trabajadores y Patronos que están presentes en el Código.

Según los artículos 4 y 18 del Código de Trabajo, el complejo deportivo tiene la obligación de contar con un seguro contra los riesgos del trabajo por medio del INS.

3.2.1. Salario mínimo

El salario mínimo en Costa Rica está establecido por el Ministerio de Trabajo, el cual publica la escala de salario mínimo, siendo este revisado cada seis meses. El complejo deportivo deberá cumplir con el pago de los salarios de los colaboradores de acuerdo a lo estipulado por el Ministerio de Trabajo para las distintas profesiones y de las denominaciones que se especifican. La forma de pago de salario de los colaboradores se realizará en forma quincenal.

3.2.2. Registro de la planilla ante la CCSS

Conforme a la legislación costarricense, esta empresa como patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus colaboradores con un porcentaje fijo del sueldo de los trabajadores. Para estos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS.

La inscripción patronal y el aseguramiento de los trabajadores deben hacerse dentro de los 8 días siguientes a la fecha de ingreso de los colaboradores. Los requisitos para el registro de la planilla ante la CCSS son los siguientes:

- Original de Certificación de Personería Jurídica extendida por el Registro Nacional o por un Notario Público.
- Fotocopia de la Escritura de Constitución de la sociedad.

- Fotocopia de la cedula de identidad del representante legal.
- Fotocopia de la cedula de identidad de cada trabajador.
- Fotocopia del recibo de electricidad, a efecto de registrar el número de localización como dirección de correspondencia.
- Llenar el formulario de solicitud de Inscripción o reanudación patronal.

3.2.3. Prestaciones y cargas sociales

Como obligación de esta empresa dentro de la legislación costarricense, debe hacer un aporte, a fin de que sus trabajadores coticen para el Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte de la CCSS. Asimismo, debe adquirir un Seguro de Riesgos Profesionales para sus empleados con el INS.

Se deberá periódicamente la planilla y hacer pagos mensuales a la CCSS, así como entregar a sus empleados una orden patronal, con la cual pueden utilizar los servicios ofrecidos por la seguridad nacional. Se debe pagar a la CCSS el equivalente a un 26.17% del salario del trabajador, además la empresa tiene la obligación de retener un 9.17% del salario del trabajador y aportarlo a la CCSS. A continuación se muestra el desglose de las cargas sociales:

Tabla 6.2
PRESTACIONES OBLIGATORIAS
 Octubre 2014

Prestaciones obligatorias		
Cargas sociales	Contribución patrono	Contribución empleado
Prestaciones de salud y maternidad	9.25%	5.50%
Asignaciones familiares	5.00%	-
Prestaciones de enfermedad, vejez y muerte	4.92%	2.67%
Fondo de capitalización de los trabajadores	3.00%	-
Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	1.50%	-
Pensiones complementarias obligatorias	1.50%	-
Banco de Ahorro Obligatorio por accidentes del trabajo	0.50%	1.00%
Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS)	0.50%	-
Total	26.17%	9.17%

FUENTE: Caja Costarricense del Seguro Social.

3.2.4. Riesgos laborales

Para ajustarse al Código de Trabajo, la empresa debe garantizar una póliza de riesgos de seguros laborales para sus trabajadores. Para ello, debe suscribir una póliza del INS, la cual debe ser suscrita a principios de la operación y ha de estar en vigor durante la operación.

Para suscribir la póliza de riesgos laborales, la empresa tiene que ir a una sucursal del INS, y en el momento en que ya está inscrita, la empresa quedará automáticamente registrada como empleadora del INS. La

empresa deberá remitir al INS mensualmente los nombres de los trabajadores y los sueldos pagados.

4. NORMATIVA AMBIENTAL APLICADA AL PROYECTO

Para la creación de este negocio es importante desarrollar una evaluación del impacto ambiental con el objetivo de prevenir, controlar, mitigar y compensar los impactos que un proyecto pueda producir sobre el ambiente.

Antes de iniciar, todos los proyectos nuevos que impactan el ambiente, deben ser estudiados bajo el procedimiento de la Evaluación de Impacto Ambiental de SETENA, el cual determina el posible impacto de la actividad que se desarrolla y el instrumento que debe utilizarse para medir los impactos potenciales. Esta evaluación se lleva a cabo en tres fases, las cuales son:

- Evaluación inicial del impacto ambiental: Este proceso comienza con una clasificación general de las actividades de acuerdo a su impacto ambiental potencial.
- Elaboración del Instrumento de Evaluación de Impacto Ambiental: Una vez que se ha realizado la calificación inicial medioambiental de la actividad a través de la presentación del Documento de Evaluación Ambiental, el SETENA otorgará la Calificación Ambiental Final e indica el tipo de evaluación ambiental que debe presentarse.
- Control y seguimiento ambiental: Una vez que se obtenga la Viabilidad Ambiental y por lo menos un mes antes de iniciar las obras, se debe cumplir con los instrumentos de control y seguimiento.

En el caso del complejo deportivo, se puede clasificar como un proyecto de tipo alto y moderado impacto ambiental, debido al tipo de actividad según lo

reglamentado por SETENA, además de que el área de construcción es de 2,800 m², por lo que se debe completar el formulario D1.

El proyecto, al no necesitar movilización de tierra, se evita presentar estudios arqueológicos y geológicos, los cuales si son necesarios en un proyecto de alto impacto ambiental. El manejo de los desechos sólidos se realizará de acuerdo a lo que dicta la ley municipal, por medio de su sistema de recolección de basura. Para el caso del manejo de las aguas negras, el tratamiento de estas se hará por medio de la red de alcantarillado con que cuenta el distrito.

5. DETERMINACIÓN DE COSTOS E INVERSIONES DEL COMPONENTE DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Costos e inversiones del componente organizacional

Tabla 6.3
COSTOS E INVERSIONES ESTUDIO ORGANIZACIONAL
Octubre 2014
(En colones)

Componente organizacional	
Colones	Monto
Salarios	5,950,000
Cargas sociales	1,557,115
Provisión aguinaldo	495,635
Póliza riesgos del trabajador	297,500
Provisión vacaciones	247,937
Contador	200,000
Total	8,748,187

FUENTE: Elaboración propia.

5.2. Costos e inversiones del componente legal

Tabla 6.4
COSTOS E INVERSIONES ESTUDIO LEGAL
Octubre 2014
(En colones)

Componente legal	
Colones	Monto
Permiso de construcción	3,691,270
Patente municipal	1,200,000
Constitución sociedad anónima	393,432
Permiso sanitario	54,000
Timbres registro nacional	25,300
Timbres fiscales	2,500
Total	5,366,502

FUENTE: Elaboración propia.

5.3. Costos e inversiones del componente ambiental

Tabla 6.5
COSTOS E INVERSIONES ESTUDIO AMBIENTAL
Octubre 2014
(En colones)

Componente ambiental	
Colones	Monto
Consultor ambiental	2,000,000
Trámite formulario D1	110,000
Total	2,110,000

FUENTE: Elaboración propia.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Se determinó que se contará con un total de 14 trabajadores.
- Se determinó que para el buen funcionamiento del gimnasio, se requerirán 6 instructores a medio turno, de los cuales 3 estarán en el turno matutino y los otros 3 en el horario nocturno.
- El salario de los trabajadores se determinará con base en la lista de salarios mínimos publicada por el Ministerio de Trabajo.
- Se determinó que los servicios de contaduría del proyecto serán contratados como una unidad externa, por medio de servicios profesionales.
- Se determinaron los principales requisitos legales que se necesitan para la construcción y funcionamiento del negocio.
- Se determinó que a pesar de que en el complejo deportivos se brindarían dos diferentes tipos de servicios, únicamente se requiere de una patente comercial, la cual será determinada de acuerdo a diversas características como la ubicación, dimensión, cantidad de actividades, entre otras.
- Se determinó que de acuerdo a su impacto ambiental potencial, el proyecto se ubica en la categoría de alto y moderado impacto ambiental, debido a que es una construcción de más de 999 m².

- Se determinaron los costos e inversiones de cada componente de este estudio.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda estar al tanto de las normativas laborales, así como de las publicaciones de los salarios mínimos de ley y de los aumentos de salarios para el sector privado.
- Se recomienda mantener una clara asignación de funciones y responsabilidades de acuerdo a cada puesto.
- Llevar un control de los impuestos y pagos municipales para evitar multas, así como el cierre del negocio.

CAPITULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

En el presente capítulo se exponen todas las cuantificaciones de los distintos estudios realizados, así como la construcción de los flujos de efectivo proyectados, el cálculo del capital de trabajo, el financiamiento requerido y los indicadores de rentabilidad para cada uno de los escenarios propuestos.

1. RESUMEN DE INVERSIONES Y COSTOS DEL PROYECTO

1.1. Inversión inicial

Tabla 7.1
COMPONENTES DE INVERSIÓN INICIAL
(En colones)

Inversión inicial		
Rubro	Monto	Porcentaje
Terreno y edificaciones	636,431,817	82.7%
Maquinaria y equipo de gimnasio	80,871,300	10.5%
Canchas de césped sintético	25,770,086	3.3%
Capital de trabajo	12,899,914	1.7%
Constitución de la empresa	7,476,502	1.0%
Equipo de oficina, audio y video	3,800,163	0.5%
Mobiliario	2,281,865	0.3%
Total	769,531,646	100.0%

FUENTE: Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla anterior, el 82.9% de la inversión inicial la componen la inversión en la compra del terreno y la construcción de las edificaciones.

La inversión por constitución de la empresa corresponde a los componentes legales y ambientales, necesarios para la apertura del negocio, los cuales se detallaron más a fondo en el estudio legal, organizacional y ambiental.

1.2. Costos y gastos del proyecto

Tabla 7.2
COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO
 (Colones)

Costos y gastos del proyecto		
Colones	Mensual	Anual
Estudio de mercado		
Publicidad	83,333	1,000,000
Estudio técnico		
Servicios públicos	1,800,000	21,600,000
Insumos	183,333	2,200,000
Mantenimiento	83,333	1,000,000
Estudio organizacional		
Planilla	5,950,000	71,400,000
Clases	1,920,000	23,040,000
Cargas sociales	1,557,115	18,685,380
Provisiones laborales	743,572	8,922,858
Servicios contables	200,000	2,400,000
Seguros	297,500	3,570,000
Estudio legal		
Impuestos municipales	48,484	581,805
Total	12,866,670	154,400,043

FUENTE: Elaboración propia.

2. PROYECCIÓN DE FLUJOS

2.1. Ingresos

A continuación se muestra la proyección de clientes del servicio de gimnasio a 5 años, según cada escenario:

Tabla 7.3
CANTIDAD DE CLIENTES DEL GIMNASIO
Octubre 2014

Clientes del gimnasio					
Escenario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pesimista	317	333	350	368	386
Esperado	554	582	611	642	674
Optimista	792	792	792	792	792

FUENTE: Elaboración propia.

Como se indicó anteriormente, se estimó un crecimiento anual de un 5% en la cantidad de clientes. Para el escenario optimista, no se aplicó el supuesto del crecimiento anual, debido a que en este escenario se abarcaría el 100% de la capacidad instalada.

Un detalle de los ingresos por servicio de gimnasio se muestra a continuación:

Tabla 7.4
INGRESOS PROYECTADOS DEL GIMNASIO
(En colones)

Ingresos del gimnasio						
Colones	Tipo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escenario pesimista	Mensualidad	95,100,000	99,900,000	111,300,000	123,648,000	136,644,000
	Matricula	4,755,000	240,000	255,000	270,000	270,000
	Crossfit	16,800,000	16,800,000	20,160,000	23,760,000	27,600,000
	Total	116,655,000	116,940,000	131,715,000	147,678,000	164,514,000
Escenario esperado	Mensualidad	166,200,000	174,600,000	194,298,000	215,712,000	238,596,000
	Matricula	8,310,000	420,000	435,000	465,000	480,000
	Crossfit	16,800,000	16,800,000	20,160,000	23,760,000	27,600,000
	Total	191,310,000	191,820,000	214,893,000	239,937,000	266,676,000
Escenario optimista	Mensualidad	237,600,000	237,600,000	251,856,000	266,112,000	280,368,000
	Matricula	11,880,000	-	-	-	-
	Crossfit	16,800,000	16,800,000	20,160,000	23,760,000	27,600,000
	Total	266,280,000	254,400,000	272,016,000	289,872,000	307,968,000

FUENTE: Elaboración propia.

A continuación se muestra el detalle de los ingresos de las canchas de césped sintético:

Tabla 7.5
INGRESOS PROYECTADOS DE CANCHAS SINTÉTICAS
(En colones)

Ingresos de canchas de césped sintético						
Colones	Tipo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escenario pesimista	Alquiler	74,880,000	74,880,000	78,624,000	82,368,000	86,112,000
	Campeonatos	2,160,000	2,160,000	2,616,000	2,712,000	2,808,000
	Total	77,040,000	77,040,000	81,240,000	85,080,000	88,920,000
Escenario esperado	Alquiler	131,040,000	131,040,000	137,592,000	144,144,000	150,696,000
	Campeonatos	2,160,000	2,160,000	2,616,000	2,712,000	2,808,000
	Total	133,200,000	133,200,000	140,208,000	146,856,000	153,504,000
Escenario optimista	Alquiler	187,200,000	187,200,000	196,560,000	205,920,000	215,280,000
	Campeonatos	2,160,000	2,160,000	2,616,000	2,712,000	2,808,000
	Total	189,360,000	189,360,000	199,176,000	208,632,000	218,088,000

FUENTE: Elaboración propia.

Con lo que respecta al alquiler de las canchas de césped sintético, se cuenta con una capacidad combinada de 4,680 partidos anuales. Para el escenario pesimista, se estiman un total de 1,872 partidos anuales (40% de la capacidad), para el escenario esperado se estiman 3,276 partidos anuales (70% de la capacidad) y para el escenario optimista se estiman un total de 4,680 partidos (100% de la capacidad).

También se estiman hacer 6 campeonatos anuales. Cada campeonato contará con la participación de 8 equipos y se jugaran 15 partidos en total.

2.2. Depreciación

El método de depreciación utilizado será el método de suma de dígitos. Se optó por este método debido principalmente a que este acelera el gasto por depreciación los primeros años de vida útil de los activos, y al tener mayor gasto por depreciación, hay menos utilidad y se pagan menos impuestos, por

lo tanto es beneficioso para los primeros años del nuevo proyecto. A continuación se muestra la depreciación de los activos los primeros 5 años de operación del proyecto:

Tabla 7.6
DEPRECIACIÓN PROYECTADA DE ACTIVOS FIJOS
(En colones)

Depreciación					
Colones	1	2	3	4	5
Edificio	14,475,569	14,186,058	13,896,547	13,607,035	13,317,524
Máquinas gimnasio	12,104,789	10,894,310	9,683,831	8,473,352	7,262,874
Mobiliario	414,885	373,396	331,908	290,419	248,931
Equipo de cómputo	1,266,721	1,013,377	760,033	506,688	253,344
Total	28,261,964	26,467,141	24,672,318	22,877,495	21,082,672

FUENTE: Elaboración propia.

2.3. Gastos de planilla

Para el concepto de salarios, se estima un incremento de un 5% anual para todos los empleados. A continuación se muestra la proyección de gastos por concepto de salarios:

Tabla 7.7
PROYECCIÓN DE SALARIOS ANUALES
(En colones)

Salarios anuales					
Colones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	8,400,000	8,820,000	9,261,000	9,724,050	10,210,253
Nutricionista	5,400,000	5,670,000	5,953,500	6,251,175	6,563,734
Instructor	38,400,000	40,320,000	42,336,000	44,452,800	46,675,440
Recepcionista	8,400,000	8,820,000	9,261,000	9,724,050	10,210,253
Encargado de limpieza	7,200,000	7,560,000	7,938,000	8,334,900	8,751,645
Guarda	3,600,000	3,780,000	3,969,000	4,167,450	4,375,823
Total	71,400,000	74,970,000	78,718,500	82,654,425	86,787,146

FUENTE: Elaboración propia.

3. CONSTRUCCIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO

Por medio de los flujos de efectivo proyectados, se analizará el comportamiento financiero del nuevo proyecto de acuerdo a tres escenarios: pesimista (40% capacidad), realista (70% capacidad) y optimista (100% capacidad). Los flujos de efectivo se proyectaron a 5 años, debido a que este es el plazo máximo aceptado por los inversionistas del proyecto para recuperar la inversión.

Los principales supuestos que se consideraron para la elaboración de los flujos de efectivo son:

- Ventas: Se consideró un crecimiento de un 5% anual en la cantidad de clientes del gimnasio para los escenarios pesimista y realista. Para el escenario optimista no se tomó en cuenta este incremento, ya que en este escenario se estaría utilizando el 100% de la capacidad instalada del gimnasio y no sería recomendable sobre poblar las instalaciones.
- Precio de los servicios: Para ambos servicios, se consideró mantener el precio por los primeros 2 años, a partir del tercer año se proyecta aumentar el precio de acuerdo a la inflación, que según Economist Intelligence Unit, para Costa Rica se proyecta entre un 5% y un 6% anual.
- Método de depreciación de activos fijos: Se determinó que los activos fijos se depreciaran por el método de suma de dígitos, esto con el fin de presentar mayor gasto por depreciación durante los primeros años del proyecto y con estos pagar menos impuestos.
- Aumentos salariales: Se estima un incremento de un 5% anual para los salarios de todos los trabajadores de la empresa.

- Insumos y servicios públicos: Se estima un incremento de un 6% anual correspondiente a la inflación proyectada.

3.1. Escenario pesimista

Tabla 7.8
FLUJO DE EFECTIVO: ESCENARIO PESIMISTA
(En colones)

Flujo de efectivo						
En colones	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Gimnasio		116,655,000	116,940,000	131,715,000	147,678,000	164,514,000
Canchas sintéticas		77,040,000	77,040,000	81,240,000	85,080,000	88,920,000
Alquiler soda		2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
Total de ingresos		196,095,000	196,380,000	215,355,000	235,158,000	255,834,000
Gastos						
Mercadeo		(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Planilla		(71,400,000)	(74,970,000)	(78,718,500)	(82,654,425)	(86,787,146)
Pago por clases		(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)
Cargas Sociales		(18,685,380)	(19,619,649)	(20,600,631)	(21,630,663)	(22,712,196)
Provisiones laborales		(8,922,858)	(9,369,001)	(9,837,451)	(10,329,323)	(10,845,790)
Servicios públicos		(21,600,000)	(22,680,000)	(23,814,000)	(25,004,700)	(26,254,935)
Servicios contables		(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)
Seguros		(3,570,000)	(3,748,500)	(3,935,925)	(4,132,721)	(4,339,357)
Insumos		(2,200,000)	(2,310,000)	(2,425,500)	(2,546,775)	(2,674,114)
Mantenimiento		(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Legales		(588,285)	(589,140)	(646,065)	(705,474)	(767,502)
Depreciación		(28,261,964)	(26,467,141)	(24,672,318)	(22,877,495)	(21,082,672)
Total de gastos		(182,668,487)	(187,193,431)	(192,090,390)	(197,321,577)	(202,903,712)
Utilidad operativa		13,426,513	9,186,569	23,264,610	37,836,423	52,930,288
Intereses		(33,015,000)	(31,007,120)	(28,785,401)	(26,327,069)	(23,606,925)
Utilidad antes de impuesto		(19,588,487)	(21,820,551)	(5,520,792)	11,509,354	29,323,363
Impuesto de la renta		-	-	-	(3,452,806)	(8,797,009)
Utilidad neta		(19,588,487)	(21,820,551)	(5,520,792)	8,056,548	20,526,354
Gasto por depreciación		28,261,964	26,467,141	24,672,318	22,877,495	21,082,672
Flujo de operación		8,673,477	4,646,590	19,151,526	30,934,043	41,609,026
Inversión inicial	(769,531,646)					
Préstamo	310,000,000					
Amortización préstamo		(18,853,331)	(20,861,211)	(23,082,930)	(25,541,262)	(28,261,406)
Flujo neto	(459,531,646)	(10,179,854)	(16,214,621)	(3,931,403)	5,392,781	13,347,620
Flujo neto acumulado	(459,531,646)	(469,711,500)	(485,926,121)	(489,857,524)	(484,464,743)	(471,117,123)

FUENTE: Elaboración propia.

3.2. Escenario esperado

Tabla 7.9
FLUJO DE EFECTIVO: ESCENARIO ESPERADO
(En colones)

Flujo de efectivo						
En colones	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Gimnasio		191,310,000	191,820,000	214,893,000	239,937,000	266,676,000
Canchas sintéticas		133,200,000	133,200,000	140,208,000	146,856,000	153,504,000
Alquiler soda		2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
Total de ingresos		326,910,000	327,420,000	357,501,000	389,193,000	422,580,000
Gastos						
Mercadeo		(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Planilla		(71,400,000)	(74,970,000)	(78,718,500)	(82,654,425)	(86,787,146)
Pago por clases		(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)
Cargas Sociales		(18,685,380)	(19,619,649)	(20,600,631)	(21,630,663)	(22,712,196)
Provisiones laborales		(8,922,858)	(9,369,001)	(9,837,451)	(10,329,323)	(10,845,790)
Servicios públicos		(21,600,000)	(22,680,000)	(23,814,000)	(25,004,700)	(26,254,935)
Servicios contables		(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)
Seguros		(3,570,000)	(3,748,500)	(3,935,925)	(4,132,721)	(4,339,357)
Insumos		(2,200,000)	(2,310,000)	(2,425,500)	(2,546,775)	(2,674,114)
Mantenimiento		(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Legales		(980,730)	(982,260)	(1,072,503)	(1,167,579)	(1,267,740)
Depreciación		(28,261,964)	(26,467,141)	(24,672,318)	(22,877,495)	(21,082,672)
Total de gastos		(183,060,932)	(187,586,551)	(192,516,828)	(197,783,682)	(203,403,950)
Utilidad operativa		143,849,068	139,833,449	164,984,172	191,409,318	219,176,050
Intereses		(33,015,000)	(31,007,120)	(28,785,401)	(26,327,069)	(23,606,925)
Utilidad antes de impuesto		110,834,068	108,826,329	136,198,770	165,082,249	195,569,125
Impuesto de la renta		(33,250,220)	(32,647,899)	(40,859,631)	(49,524,675)	(58,670,737)
Utilidad neta		77,583,848	76,178,430	95,339,139	115,557,574	136,898,387
Gasto por depreciación		28,261,964	26,467,141	24,672,318	22,877,495	21,082,672
Flujo de operación		105,845,812	102,645,571	120,011,457	138,435,069	157,981,059
Inversión inicial	(769,531,646)					
Préstamo	310,000,000					
Amortización préstamo		(18,853,331)	(20,861,211)	(23,082,930)	(25,541,262)	(28,261,406)
Flujo neto	(459,531,646)	86,992,481	81,784,361	96,928,528	112,893,808	129,719,654
Flujo neto acumulado	(459,531,646)	(372,539,166)	(290,754,805)	(193,826,277)	(80,932,470)	48,787,184

FUENTE: Elaboración propia.

3.3. Escenario optimista

Tabla 7.10
FLUJO DE EFECTIVO: ESCENARIO OPTIMISTA
(En colones)

Flujo de efectivo						
En colones	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Gimnasio		266,280,000	254,400,000	272,016,000	289,872,000	307,968,000
Canchas sintéticas		189,360,000	189,360,000	199,176,000	208,632,000	218,088,000
Alquiler soda		2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
Total de ingresos		458,040,000	446,160,000	473,592,000	500,904,000	528,456,000
Gastos						
Mercadeo		(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Planilla		(71,400,000)	(74,970,000)	(78,718,500)	(82,654,425)	(86,787,146)
Pago por clases		(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)	(23,040,000)
Cargas Sociales		(18,685,380)	(19,619,649)	(20,600,631)	(21,630,663)	(22,712,196)
Provisiones laborales		(8,922,858)	(9,369,001)	(9,837,451)	(10,329,323)	(10,845,790)
Servicios públicos		(21,600,000)	(22,680,000)	(23,814,000)	(25,004,700)	(26,254,935)
Servicios contables		(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)	(2,400,000)
Seguros		(3,570,000)	(3,748,500)	(3,935,925)	(4,132,721)	(4,339,357)
Insumos		(2,200,000)	(2,310,000)	(2,425,500)	(2,546,775)	(2,674,114)
Mantenimiento		(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Legales		(1,374,120)	(1,338,480)	(1,420,776)	(1,502,712)	(1,585,368)
Depreciación		(28,261,964)	(26,467,141)	(24,672,318)	(22,877,495)	(21,082,672)
Total de gastos		(183,454,322)	(187,942,771)	(192,865,101)	(198,118,815)	(203,721,578)
Utilidad operativa		274,585,678	258,217,229	280,726,899	302,785,185	324,734,422
Intereses		(33,015,000)	(31,007,120)	(28,785,401)	(26,327,069)	(23,606,925)
Utilidad antes de impuesto		241,570,678	227,210,109	251,941,497	276,458,116	301,127,497
Impuesto de la renta		(72,471,203)	(68,163,033)	(75,582,449)	(82,937,435)	(90,338,249)
Utilidad neta		169,099,475	159,047,076	176,359,048	193,520,681	210,789,248
Gasto por depreciación		28,261,964	26,467,141	24,672,318	22,877,495	21,082,672
Flujo de operación		197,361,439	185,514,217	201,031,366	216,398,176	231,871,920
Inversión inicial	(769,531,646)					
Préstamo	310,000,000					
Amortización préstamo		(18,853,331)	(20,861,211)	(23,082,930)	(25,541,262)	(28,261,406)
Flujo neto	(459,531,646)	178,508,108	164,653,007	177,948,437	190,856,915	203,610,514
Flujo neto acumulado	(459,531,646)	(281,023,539)	(116,370,532)	61,577,904	252,434,819	456,045,333

Fuente: Elaboración propia.

4. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para efectos del financiamiento del proyecto, se considera la posibilidad de realizar un financiamiento por medio de un préstamo bancario con el Banco de Costa Rica, y un aporte de socios por la diferencia del monto requerido para la inversión inicial.

Tabla 7.11
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
(En colones)

Financiamiento		
Colones	Monto	Porcentaje
Inversionista	459,531,646	60%
Préstamo bancario	310,000,000	40%
Total	769,531,646	100%

FUENTE: Elaboración propia.

Para el préstamo bancario, el proyecto se clasifica como una mediana empresa. Basados en el tamaño de la empresa y a la investigación de distintas fuentes de financiamiento, se determinó que el Banco de Costa Rica ofrece las mejores condiciones de financiamiento. A continuación se muestran las principales características del crédito:

- Tasa de interés: TBP + 3.5%
- Comisión de formalización del 1.5%
- La tasa básica pasiva se cotiza en 7.15%

A continuación se muestra la estructura de pago del préstamo bancario propuesto para el proyecto:

Tabla 7.12
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO
 (En colones)

Periodo	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
				310,000,000
1	(51,868,331)	33,015,000	18,853,331	291,146,669
2	(51,868,331)	31,007,120	20,861,211	270,285,458
3	(51,868,331)	28,785,401	23,082,930	247,202,529
4	(51,868,331)	26,327,069	25,541,262	221,661,267
5	(51,868,331)	23,606,925	28,261,406	193,399,861
6	(51,868,331)	20,597,085	31,271,246	162,128,616
7	(51,868,331)	17,266,698	34,601,633	127,526,982
8	(51,868,331)	13,581,624	38,286,707	89,240,275
9	(51,868,331)	9,504,089	42,364,242	46,876,033
10	(51,868,331)	4,992,298	46,876,033	(0)

FUENTE: Elaboración propia.

5. INDICADORES FINANCIEROS DE FACTIBILIDAD

Luego de analizar los tres posibles escenarios del proyecto, se calcularon el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y el periodo de recuperación de la inversión (PRI), los cuales son los indicadores financieros más importantes para evaluar financieramente un proyecto.

Para los indicadores financieros, se utilizó un costo de capital o tasa de descuento, del 14.65%, la cual fue calculada utilizando los siguientes componentes:

- Inflación: 5%.
- Tasa básica pasiva según el Banco Central de Costa Rica: 7.15%.
- Premio de riesgo: 2.5%.

A continuación se presentan los indicadores financieros para cada escenario analizado:

5.1. Escenario pesimista

Tabla 7.13
INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO PESIMISTA
Octubre 2014

Indicadores financieros	
VAN	(412,992,390)
TIR	No existe
PRI	No se recupera

FUENTE: Elaboración propia.

- Valor actual neto

Para este escenario, con una tasa de descuento del 14.65%, se presenta un valor actual neto negativo de aproximadamente 413 millones de colones, lo cual nos indica que la inversión no se recuperará en el futuro y descapitalizaría la empresa, por lo tanto, el proyecto no es rentable.

- Tasa interna de retorno

En este caso, la tasa interna de retorno no se puede calcular debido a que no se cuenta con un retorno sobre la inversión.

- Periodo de recuperación

Con respecto al periodo de recuperación, el análisis demostró que la inversión no se recupera en un futuro cercano.

5.2. Escenario esperado

Tabla 7.14
INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO ESPERADO
Octubre 2014

Indicadores financieros	
VAN	(110,157,360)
TIR	3.21%
PRI	4 años y 7 meses

FUENTE: Elaboración propia.

- Valor actual neto

Para este escenario, con una tasa de descuento del 14.65%, se presenta un valor actual neto negativo de aproximadamente 110 millones de colones, lo cual nos indica que la inversión no se recuperará en el futuro y descapitalizaría la empresa, por lo tanto, el proyecto no es rentable.

- Tasa interno de retorno

A pesar de que para este escenario se obtiene una tasa interna de retorno positiva (3.21%), la misma está muy por debajo a la tasa de capital establecida, por lo tanto, se debe descartar el proyecto.

- Periodo de recuperación

Para este escenario, se espera que la inversión inicial se recupere en un periodo de 4 años y 7 meses.

5.3. Escenario optimista

Tabla 7.15
INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO OPTIMISTA
Octubre 2014

Indicadores financieros	
VAN	133,235,794
TIR	27.53%
PRI	2 años y 8 meses

FUENTE: Elaboración propia.

- Valor actual neto

Bajo este escenario, el valor actual neto que genera el proyecto para el inversionista es de aproximadamente 133 millones de colones, lo que refleja que el inversionista tendría un retorno positivo de la inversión, por lo que bajo esta medición, el proyecto es rentable.

- Tasa interna de retorno

Para este escenario, la tasa interna de retorno sobre los flujos proyectados a 5 años es de 27.53%, por lo tanto el proyecto sería rentable ya que el TIR es superior a la tasa de capital establecida.

- Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión en el escenario optimista es de 2 años y 8 meses, lo cual es un periodo bastante aceptable para el inversionista.

6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGO FINANCIERO

La realización de este análisis es muy importante debido a que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden sufrir modificaciones o variaciones con efectos considerables al momento de realizar la medición de sus resultados, así como de su rentabilidad. Por lo tanto, se toman en cuenta situaciones hipotéticas relacionadas a los ingresos y como esto afectaría el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión.

En cada escenario, se realizó una variación de 30% en la capacidad instalada para brindar los servicios cada uno de los servicios ofrecidos y gracias a esto, se obtuvieron resultados muy variados. Con respecto a la inflación, todos los escenarios contemplan el mismo aumento por este concepto, así como los mismos gastos para cada escenario.

A continuación se muestra la variación en los principales indicadores financieros, según cada escenario:

Tabla 7.16
ANÁLISIS DE SENSIBILIZACIÓN
Octubre 2014

Sensibilización				
Escenario	Cumplimiento	VAN	TIR	PRI
Pesimista	40%	(412,992,390)	No existe	No se recupera
Esperado	70%	(110,157,360)	3.21%	4 años y 7 meses
Optimista	100%	133,235,794	27.53%	2 años y 8 meses

FUENTE: Elaboración propia.

En la anterior tabla se puede observar que el valor actual neto únicamente es positivo en el escenario optimista y presenta variaciones muy significativas en cada escenario. Con respecto a la tasa interna de retorno, la misma es positiva en

los escenarios esperado y optimista, pero únicamente en el escenario optimista está por encima de la tasa de descuento establecida (14.65%). Por último, el periodo de recuperación de la inversión es menor a los 10 años en todos los escenarios, a excepción del escenario pesimista.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Se determinó que el 82.9% de la inversión inicial corresponde principalmente a la compra del terreno y la construcción de las edificaciones.
- Se determinó que la estructura de capital es 60% aporte de inversionista y 40% financiamiento bancario.
- El capital de trabajo fue calculado usando como base todos los costos y con un periodo de desfase de 30 días.
- Se concluyó que para el escenario esperado, los ingresos por el servicio de gimnasio se encuentran en un rango entre 59% y 65% del total de ingresos para el periodo proyectado, mientras que los ingresos por alquiler de canchas de césped sintético se encuentran en un rango entre 35% y 40% del total de ingresos.
- El proyecto es rentable únicamente bajo el escenario optimista.
- La recuperabilidad de la inversión inicial es de un plazo a menor a 5 años en todos los escenarios, a excepción del escenario pesimista.

- El valor actual neto del escenario optimista es de 133,235,794 de colones.
- La tasa interna de retorno es positiva en los escenarios esperado y optimista, sin embargo únicamente en el escenario optimista es mayor a la tasa de capital establecida.

7.2. Recomendaciones

- Ejecutar el proyecto en el escenario optimista, para obtener un beneficio del proyecto.
- Analizar muy bien todos los escenarios, para determinar el escenario más probable donde se desarrollaría el proyecto para determinar la factibilidad máxima en la ejecución del mismo.
- Analizar alternativas de crédito de los proveedores para reducir el monto de la inversión inicial.

CAPITULO VIII

ANÁLISIS INTEGRAL DEL ESTUDIO DE RIESGOS DEL PROYECTO

Con la puesta en marcha del proyecto, se deben identificar y analizar todos los riesgos a los cuales la empresa podría estar expuesta y que afecten el correcto funcionamiento de la misma, y así poder crear planes de acciones para poder mitigar estos riesgos y que su afectación sea la mínima posible.

Para el análisis de los riesgos, se abordara desde una perspectiva cualitativa, tomando en cuenta que este análisis está influenciado por la percepción del investigador.

1. CLASIFICACIÓN DE RIESGOS

Los riesgos fueron clasificados en dos grandes grupos, según su probabilidad de ocurrencia y según el impacto que tendría en la empresa. Estas clasificaciones se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 8.1
MATRIZ DE RIESGO
Octubre 2014

Matriz de riesgo			
Probabilidad	Impacto		
	Bajo	Medio	Alto
Alta	Moderado	Elevado	Elevado
Media	Pequeño	Moderado	Elevado
Baja	Pequeño	Pequeño	Moderado

FUENTE: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se muestra en la parte de probabilidad de ocurrencia de riesgos, las tres categorías que son: alta, media y baja. La probabilidad alta se entiende por aquel riesgo que ocurrirá si no es tratado, la probabilidad media que podría ocurrir si no es tratado y la probabilidad baja que es un riesgo que probablemente no ocurra.

Por su parte, en la parte de impacto en el negocio, también se muestran tres categorías: alto, medio y bajo. Los riesgos clasificados con un alto impacto ponen en riesgo la continuidad del negocio, los de medio impacto podrían poner en riesgo las operaciones y los de bajo impacto no ponen en riesgo el negocio.

Una vez hecha la clasificación de los riesgos según su impacto y probabilidad, se realiza la matriz de calor, la cual consiste en realizar un cruce entre el impacto y la probabilidad de ocurrencia. Seguidamente se enumera de acuerdo a su nivel, en donde el primer número corresponde a la probabilidad de ocurrencia, mientras que el segundo número corresponde al impacto.

Tabla 8.2
MATRIZ DE CALOR
Octubre 2014

Matriz de riesgo			
Probabilidad	Impacto		
	Bajo	Medio	Alto
Alta	3.1	3.2	3.3
Media	2.1	2.2	2.3
Baja	1.1	1.2	1.3

FUENTE: Elaboración propia.

Para el efecto del análisis de riesgos, los riesgos que se encuentran marcados en color rojo (2.3, 3.2 y 3.3) son considerados elevados o peligrosos y se debe estar muy pendiente de ellos en todo momento de la operación, a la vez que se tienen que crear planes para mitigar el impacto de este tipo de riesgos.

Los riesgos marcados en amarillo (1.3, 2.2 y 3.1) son catalogados como riesgos moderados, por lo tanto se deben revisar con regularidad. Finalmente, los riesgos marcados en color verde (1.1, 1.2 y 2.1) se consideran riesgos pequeños, sin embargo, a pesar de su categoría, no se pueden descuidar para así evitar que conviertan en riesgos moderados, o en el peor caso, riesgos elevados.

2. RIESGOS DEL PROYECTO

Luego de realizar un análisis del proyecto, se logró identificar los principales riesgos que afectarían directamente al proyecto. Una vez identificados los riesgos, se procedió a clasificarlos de acuerdo a la matriz de calor indicada anteriormente. A continuación se muestran los resultados agrupados según el área relacionada:

2.1. Técnicos y organizacionales

- Incendio:
Calificación: 2.3 (Alto).
- Accidentes de clientes
Calificación: 3.1 (Medio).

2.2. Legales

- No renovación del permiso sanitario
Calificación: 2.3 (Alto).
- No renovación de la patente comercial
Calificación: 2.3 (Alto).

2.3. Mercado

- Nuevos competidores
Calificación: 2.2 (Medio).
- Disminución de la demanda
Calificación: 2.2 (Medio).

2.4. Financieros

- Proyección irreal de costos y gastos
Calificación: 2.3 (Alto).
- Proyección erróneo de los precios
Calificación: 2.3 (Alto).
- Mala estimación de la inversión inicial
Calificación: 2.2 (Medio).

3. PLAN DE MITIGACIÓN DE RIESGOS

Con el objetivo de reducir el impacto de los riesgos mencionados anteriormente, se propone el siguiente plan de mitigación de riesgos. Este plan propone tres alternativas de solución para cada riesgo, las cuales son: afrontar, evitar y tercerizar. La alternativa de afrontar significa lidiar con la situación, evitar consiste en no optar por la situación que genera riesgo y tercerizar, consiste en adquirir una póliza de seguro contra el riesgo. Cabe destacar que esta opción no es posible para todos los tipos de riesgos.

3.1. Riesgos medios

A continuación se muestran los riesgos calificados como medios, su alternativa y plan de mitigación:

Tabla 8.3
RIESGOS MEDIOS
Octubre 2014

Riesgos medios		
Riesgo	Alternativa	Plan de mitigación
Accidentes de clientes	Evitar	Se recomienda contratar al personal adecuado que asesore a los clientes del gimnasio para evitar accidentes con las máquinas, además comprar césped sintético de calidad para evitar lesiones en los clientes
Nuevos competidores	Afrontar	Brindar un servicio de calidad y que sea diferenciado del que pueda ser ofrecido por los nuevos competidores
Disminución de la demanda	Afrontar	Ofrecer promociones y descuentos para atraer nuevos clientes, además de brindar mejoras en el servicio ofrecido
Mala estimación de la inversión inicial	Afrontar	Realizar una evaluación para reducir o quitar aspectos que no sean necesarios para el proyecto, así como reducir costos y gastos o buscar nuevas opciones de financiamiento

FUENTE: Elaboración propia.

3.2. Riesgos altos

A continuación se muestran los riesgos calificados como medios, su alternativa y plan de mitigación:

Tabla 8.4
RIESGOS ALTOS
Octubre 2014

Riesgos altos		
Riesgo	Alternativa	Plan de mitigación
Incendio	Tercerizar	Crear un plan de emergencia en caso de incendios, colocar detectores de humo y extintores, además de contratar una póliza de seguros
No renovación del permiso sanitario	Evitar	Llevar un control para realizar los pagos a tiempo, además de cumplir con todas las disposiciones que indique el Ministerio de Salud
No renovación de la patente comercial	Evitar	Llevar un control para realizar los pagos a tiempo, además de cumplir con todas las disposiciones que indique la Municipalidad de Mora
Proyección irreal de costos y gastos	Afrontar	Crear controles para no incurrir en costos y gastos que no sean necesarios para el proyecto
Proyección errónea de los precios	Afrontar	Realizar un análisis para determinar los precios aceptados por el mercado

FUENTE: Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

1. CONCLUSIONES

- Se determinó que el proyecto es financieramente rentable mediante los supuestos planteados bajo el escenario optimista, sin embargo, el proyecto no es rentable bajo los escenarios pesimista y esperado.
- El proyecto es factible técnica, administrativa, legal y ambientalmente.
- El proyecto cuenta una fuerte demanda, ya que el 77% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar los servicios que ofrecería el proyecto.
- Se determinó que en Ciudad Colón únicamente existen 3 competidores directos, los cuales son dos gimnasios y una cancha de césped sintético, sin embargo estos servicios se ofrecen por separado, y además no cuentan con instalaciones de calidad.
- Se formuló una mezcla de mercadeo en la que se determinó el producto, el precio, la plaza y la promoción.
- Se determinó que la capacidad instalada de cada cancha de césped sintético es de 13 partidos diarios. Para el caso del gimnasio, su capacidad instalada es de 792 personas.
- El proyecto necesita de una fuerte inversión inicial debido principalmente a la compra del terreno y a la construcción de las edificaciones.

- Se describió la tecnología requerida para el proyecto, así como el proceso que se utilizaría para brindar los servicios ofrecidos.
- El proyecto operará bajo una estructura organizacional de tipo lineal o simple, que estará encabezada por la junta directiva, debajo estará el Administrador el cual tendrá a su cargo los demás empleados.
- Se analizaron todos los requisitos legales y la normativa jurídica aplicable para la construcción y puesta en marcha del proyecto.
- Para la normativa ambiental, se concluyó que el proyecto del complejo deportivo de acuerdo a su impacto ambiental está clasificado como de tipo alto y moderado impacto ambiental.
- Se describieron los supuestos utilizados para calcular los flujos de efectivo proyectados a 5 años.
- La gran mayoría de los riesgos asociados al proyecto pueden ser mitigados y controlados para evitar que tengan un impacto alto en el proyecto.

2. RECOMENDACIONES

- Comprobando la factibilidad del negocio se recomienda la ejecución solo bajo las condiciones del escenario optimista.
- Se recomienda elaborar el proyecto por etapas, primeramente instalando únicamente las canchas de césped sintético y después el gimnasio, y con esto disminuir la alta inversión inicial.
- Se recomienda mantenerse al día con los requisitos legales para su buen funcionamiento y así evitar el cierre del negocio.
- Establecer un plan para mitigar los riesgos que tengan impacto sobre el proyecto.

2. COTIZACIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA DE GIMNASIO

2.1. Máquinas de gimnasio

Discount Online Fitness
Toll Free: 877-344-3368
407 113th St.
Arlington TX 76011



Gym Package 4 - March 2014 GP-4-2014

\$79,000.00

Full gym package available call or email us for more info
- includes cardio strength and accessories



Product description

Hoist Roc-it Series

- Chest Press
- Triceps dip
- Biceps curl
- Back row
- Leg press
- Leg extension
- Leg curl
- Abdominal crunch
- Back pull down

Life Fitness

- Chest Press
- Pec-Deck
- Lat Pull Down
- Lower back machine
- Shoulder press
- Abductor machine
- Adductor machine
- Hamstring machine
- Leg curl machine*
- Standing calve machine

Discount Online Fitness

Toll Free: 877-344-3368
407 113th St.
Arlington TX 76011



Hardkore

HardKore Jungle gym – 2 triceps extension, pec-dec, adjustable cable cross over, squat/calve station, 2 lat pull down stations, 2 row stations

2 Hardkore – Smith machines

Squatting cage

Precore Pull up / assisted dip machine

Precore Plate loaded leg press

2 chest bench presses

1 incline chest press

2 benches

2 adjustable benches

2 seats

1 sit-up bench

5 Olympic bars

1 ez curl bar

1 rotation bar

Dumbbells:

5 sets of 8 lbs

6 sets of 10 lbs

5 sets of 12 lbs

5 sets of 15 lbs

4 sets of 20 lbs

3 sets of 25 lbs

3 sets of 30 lbs

2 sets of 35 lbs

2 sets of 40 lbs

1 set of 45, 50, 55, 60*, 65, 70, 75, 80, 85, 90, 95, 100lbs

Aerobic Room

Aerobic set of colored dumbbells from 1 to 10lbs

5 kicking bags

1 Troy barbell system

20 mats

8 stabilizer balls

Discount Online Fitness

Toll Free: 877-344-3368
407 113th St.
Arlington TX 76011



20 Bosu with 2/storage racks

Electronic

2 music sound systems 4 speakers / CD, IPOD
5 flat screen televisions

Cardio Equipment

6 treadmills (1 not working)
3 Technogym gliders
2 ellipticals
1 stairmaster
1 rower

Floor mats

50 (4ft by 4ft)

Locker Room

2 set of lockers 9 cubies each
2 locker room benches

NXT Bikes

17 bikes

Utility Storage rack

Additional Information

Condition	No
Shipping Type	Freight (Palletized)

2.2. Equipo de Crossfit

CrossFit Equipment Package

Total Qty: 1

Your Proposal is:



\$13,500.00 - \$0.00

International: Nationwide:

310-984-1064 800-884-1446

Make an Offer Now! Your Offer will either be Accepted or Declined. Entering an Offer does not obligate you to purchase an item. Prices listed are for buying 1 machine at a time in Refurbished or Remanufactured condition. Click the "Get Quantity Discount" button to get your best price if buying more than 1 piece. Click on the "Add To Proposal" button, (to the right), if you want a proposal on many different machines. **NO OBLIGATION TO BUY.**



2.3. Piso para el área de pesas

 SUPERTEC HC SRL una empresa de Hulera Costarricense Ltda ESCAZU, SAN JOSE, COSTA RICA. Apartado 594-1000 www.SupertecHC.com Tel. (506) 4001-9191 Fax. (506) 2226-49-44 CED. JURIDICA 3-102-626493				
Factura Proforma N° 10153-01				
				Fecha: 29/09/2014
Empresa:	Francisco Pérez Morales		Código HC:	
Proyecto:	Piso de hule para área de pesas		Cédula Jurídica:	
Atención:	Francisco Pérez Morales		Ciudad:	
Dirección:				
Teléfono:	Cell.: 8664-1535	Fax:	Código Vendedor:	00044
e-mail:	franpm04@gmail.com			
Cantidad	Código	Descripción de los materiales y mano de obra	Precio/Ud.	TOTAL
702	REZPTL09000000	Láminas de Hule Negro con pringues de color a escoger tipo Zip Tile de la marca RB de 8 mm de espesor de 0,72 x 0,72 m.	\$25,00	\$17.550,00
5	602	Galón de Adhesivo de Contacto Marca Lanco	\$23,50	\$117,50
351	ITP	Metros cuadrados de Instalación de PISO DE HULE EN LOSETAS	\$6,50	\$2.281,50
OBSERVACIONES:			Subtotal	\$19.949,00
Precios en dólares pagaderos al tipo de cambio día de facturación. PEDIDO A INSTALAR EN HORARIO ORDINARIO. PRECIOS NO INCLUYEN REPARACION NI NIVELACION ALGUNA DE LOS CONTRAPISOS. El Acabado y Nivelación del Contrapiso hecho por el cliente libera de responsabilidad a Pisos Hc en casos de defectos imputables a Imperfecciones del contrapiso. La Proliferación de Hongos producidos por el efecto closet no es imputable a SUPERTEC HC SRL. Medidas suministradas por el cliente, no contempla ningún tipo de desperdicio, para una oferta mas precisa es necesario contar con los planos del área a trabajar.			+ I.V. 13%	\$2.296,78
			TOTAL	\$22.245,78
PLAZO DE ENTREGA: 8 semanas naturales, después de recibido el adelanto.				
FORMA DE PAGO: 70% contra Orden de Compra y 30% al finalizar la instalación.				
VALIDEZ DE LA PROFORMA: 30 días naturales.				
GARANTIA DEL PRODUCTO: Los productos tránsito pesado tienen garantía de 2 años. La garantía de instalación por 2 años solo aplica si se cumplen todos los requerimientos de pruebas de humedad y nivel del piso. El área deberá estar libre de polvo, grasa y pintura, deberán corregirse todos los hundimientos, huecos, grietas o levantamientos que se detecten, así como las condiciones de emisión de vapor presentes. Solicite nuestra Garantía por escrito con la entrega de su pedido.				
ESPERANDO SATISFACER LO QUE USTED NECESITA Y DISPUESTO A SUS GNATAS ORDENES, SUSCRIBO,				
PARA SU COMODIDAD, SU FIRMA Y SELLO EN ESTA FACTURA PROFORMA LA CONSTITUYEN UNA ORDEN DE COMPRA:			Arq. Alexis G. Fernández A. a.fernandez@cupertecho.com Cel. 8706-2728, Tel 4001-8191 Ext 164	
				Por el Cliente: Francisco Pérez Morales
Su adelanto lo puede depositar: Banco- BCR#: 001-0291095-0 / BCR#: 001-0291096-9				



SUPERTEC HC SRL

una empresa de Hulera Costarricense Ltda

ESCAZU, SAN JOSE, COSTA RICA. Apartado 594-1000
www.SupertecHC.com
 Tel. (506) 4001-9191 Fax. (506) 2228-49-44
 CED. JURIDICA 3-102-629493

EN ESTA OFERTA SE ASUMEN LAS SIGUIENTES CONDICIONES DEL PISO Y DE TRABAJO

ESPECIFICACIONES DE PREPARACION DE SUPERFICIES PARA LA INSTALACION DE PISOS RESILIENTES:

CONTRAPIOS DE CONCRETO:

Característica	Norma ASTM	Título de la Norma	Valor de Aceptación
Aspectos Generales	F-710	Preparación de Pisos de Concreto y otros pisos monolíticos para recibir pisos resilientes	Superficie aceptable de acuerdo a la norma
Limpieza	D-4258	Limpieza Superficial del Concreto para Recubrimientos	Superficie limpia según los métodos descritos
Porosidad (Una de las dos)	D-4259	Práctica para abrader el concreto	Superficie aceptable de acuerdo a la norma
	D-4260	Práctica para Abrir poro del Concreto con Acido	Superficie aceptable de acuerdo a la norma
Humedad (económica pero imprecto)	D-4263	Método para indicar la presencia de humedad en el concreto por el método de la lámina plástica	Ausencia de humedad en el respaldo del plástico
(lento, tiene su costo, pero es exacto)	F-1869	Método para medir la tasa de emisión de vapor de un contrapiso de concreto usando Cloruro de Calcio Anhidro	Emisión menor a 3lb/1000 pies ² x24 hrs
pH	D-4262	Método para determinar el pH de pisos limpiados químicamente o tratados con ácido	pH < 9
Característica	Norma ASTM	Título de la Norma	Valor de Aceptación
Planicidad	E-1155M	Determinación de la Planicidad del Piso y niveles usando el Sistema del Número F	Valores encontrados con diferencias: <ul style="list-style-type: none"> • <7mm con codal de 2.0m • <3mm con codal de 3.0 m para Taraflex
Resistencia			>3500 psi

Por favor TENGA ESTOS FACTORES EN CUENTA en su presupuesto y plan de trabajo.

2.4. Piso para el área de aeróbicos

 SUPERTEC HC SRL una empresa de Hulera Costarricense Ltda ESCAZU, SAN JOSE, COSTA RICA. Apartado 594-1000 www.SuperTech.com Tel: (506) 4001-9191 Fax: (506) 2228-49-44 CED. JURIDICA 3-102-828493				
Factura Proforma N° 10153-02				
				Fecha: 29/09/2014
Empresa:	Francisco Pérez Morales			Código HC:
Proyecto:	Piso Vinílico para área de Aeróbicos			
Atención:	Francisco Pérez Morales	Cédula Jurídica:		
Dirección:		Ciudad:		
Teléfono:	Cel.: 8864-1535	Fax:	Código Vendedor:	
e-mail:	franchoh@gmail.com			00044
Cantidad	Código	Descripción de los materiales y mano de obra	Precio/Ud.	TOTAL
45	GETFXR05000000	Piso vinílico deportivo marca Gerflor de la línea Taraflex™ MULTI-USE 5.0 de 5 mm de espesor COLOR A ESCOGER	\$67,05	\$3.017,25
1	CS3	Rollo de cordón de soldadura	\$62,00	\$62,00
1	560	Cubeta de Adhesivo Marca Mapel Ultrabond Eco 560	\$165,00	\$165,00
45	ITP	Metros cuadrados de Instalación de PISO DE HULE EN LOSETAS	\$6,50	\$292,50
OBSERVACIONES:			Subtotal	\$3.638,76
Precios en dólares pagaderos al tipo de cambio día de facturación. PEDIDO A INSTALAR EN HORARIO ORDINARIO. PRECIOS NO INCLUYEN REPARACIÓN NI NIVELACION ALGUNA DE LOS CONTRAPISOS. El Acabado y Nivelación del Contrapiso hecho por el cliente libera de responsabilidad a Pisos Hc en casos de defectos imputables a imperfecciones del contrapiso. La Proliferación de Hongos producidos por el efecto closet no es imputable a SUPERTEC HC SRL. Medidas suministradas por el cliente, no contempla ningún tipo de desperdicio, para una oferta mas precisa es necesario contar con los planos del área a trabajar			+ I.V.	13% \$421,76
			TOTAL	\$3.868,60
PLAZO DE ENTREGA: <u>10</u> semanas naturales, después de recibido el adelanto.				
FORMA DE PAGO: 70% contra Orden de Compra y 30% al finalizar la instalación.				
VALIDEZ DE LA PROFORMA: <u>30</u> días naturales.				
GARANTIA DEL PRODUCTO: Los productos tránsito pesado tienen garantía de 10 años La garantía de instalación por 2 años solo aplica si se cumplen todos los requerimientos de pruebas de humedad y nivel del piso. El área deberá estar libre de polvo, grasa y pintura, deberán corregirse todos los hundimientos, huecos, grietas o levantamientos que se detecten, así como las condiciones de emisión de vapor presentes. Solicite nuestra Garantía por escrito con la entrega de su pedido.				
ESPERANDO SATISFACER LO QUE USTED NECESITA Y DISPUESTO A SUS GRATAS ORDENES, SUSCRIBO,				
PARA SU COMODIDAD, SU FIRMA Y SELLO EN ESTA FACTURA PROFORMA LA CONSTITUYEN UNA ORDEN DE COMPRA:			Arq. Alexis G. Fernández A. a.fernandez@superotech.com Cel. 8708-2728, Tel 4001-9191 Ext 164	
			Por el Cliente:	Francisco Pérez Morales
Su adelanto lo puede depositar: Banco- BCR#: 001-0281086-0 / BCR#:001-0281086-8				



SUPERTEC HC SRL

una empresa de Hulera Costarricense Ltda

ESCAZU, SAN JOSE, COSTA RICA - Apartado 594-1000
www.SupertecHC.com
 Tel. (506) 4001-9191 Fax. (506) 2228-49-44
 CED. JURIDICA 3-102-829493

EN ESTA OFERTA SE ASUMEN LAS SIGUIENTES CONDICIONES DEL PISO Y DE TRABAJO

ESPECIFICACIONES DE PREPARACION DE SUPERFICIES PARA LA INSTALACION DE PISOS RESILIENTES:

CONTRAPISOS DE CONCRETO:

Característica	Norma ASTM	Título de la Norma	Valor de Aceptación
Aspectos Generales	F-710	Preparación de Pisos de Concreto y otros pisos monolíticos para recibir pisos resilientes	Superficie aceptable de acuerdo a la norma
Limpieza	D-4258	Limpieza Superficial del Concreto para Recubrimientos	Superficie limpia según los métodos descritos
Porosidad (Una de las dos)	D-4259	Práctica para abrasar el concreto	Superficie aceptable de acuerdo a la norma
	D-4260	Práctica para Abate poro del Concreto con Acido	Superficie aceptable de acuerdo a la norma
Humedad (económico pero impreciso)	D-4263	Método para indicar la presencia de humedad en el concreto por el método de la lamina plástica	Ausencia de humedad en el respaldo del plástico
(lento, tiene su costo, pero es exacto)	F-1869	Método para medir la tasa de emisión de vapor de un contrapiso de concreto usando Cloruro de Calcio Anhidro	Emisión menor a 7lb/1000 pies ² x24 hrs
pH	D-4262	Método para determinar el pH de pisos limpiados químicamente o tratados con ácido.	pH: 9
Característica	Norma ASTM	Título de la Norma	Valor de Aceptación
Planicidad	E-1155M	Determinación de la Planicidad del Piso y niveles usando el Sistema del Número F	Valores encontrados con diferencias: <ul style="list-style-type: none"> • <2mm con codal de 2.0m • <3mm con codal de 3.0 m para Taraflex
Resistencia			>3500 psi

Por favor TENGA ESTOS FACTORES EN CUENTA en su presupuesto y plan de trabajo.

2.5. Báscula



The screenshot shows the Amazon product page for the Omron Body Composition Monitor With Scale. The page includes the Amazon logo, navigation links, a search bar with the text "medidor de grasa corporal", and a list of product categories. The product image shows a black scale with a digital display showing "29.3". The product title is "Omron Body Composition Monitor With Scale" by Omron. The price is listed as \$140.99, with a current price of \$75.99 (54% off) and free shipping. The product is in stock and is expected to arrive on Friday, Oct. 24. The page also features a list of product features and a "72 new" / "4 used from \$66.92" section.

amazon Try Prime Your Amazon.com Today's Deals Gift Cards Sell Help

Shop by Department - Search Help Sign in Your Account

Sports & Outdoors Athletic & Outdoor Clothing Exercise & Fitness Outdoor Gear Hunting & Fishing Cycling Golf Pet Shop Team Sports Action Sports Sports Outdoors

Health & Personal Care Medical Supplies & Equipment Health Nutrition Dairy Composition Monitors

Omron Body Composition Monitor With Scale
by Omron
★★★★★ 233 customer reviews | 38 answered questions

List Price: \$140.99
From \$75.99 & FREE Shipping Details
You Save: \$65.00 (46%)

In Stock
Ships from and sold by Amazon.com. Get-fastest-shipment

Want It Friday, Oct. 24? Order within 1 hr 58 mins and choose Two-Day Shipping at checkout. Details

- Full-body composition monitor with weight scale and four non-polluting sensors capacity
- Measures 7 fitness indicators: body fat percentage, body mass index (BMI), skeletal muscle, resting metabolism, visceral fat, body age, and body weight
- 180-day memory with first-use override
- Large easy-to-read LCD display, easy on/off switch at base
- Comes with four AA batteries included, one-year warranty

72 new 4 used from \$66.92

Roll over image to zoom in

3. COTIZACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA, AUDIO Y VIDEO

3.1. Pantallas LCD

The screenshot shows the PriceSmart website interface. At the top, there is a navigation bar with the PriceSmart logo and a search bar. Below the navigation bar, there is a promotional banner for Christmas gifts. The main content area features a product listing for a Toshiba LED HDTV. The product image shows a 32-inch television displaying a soccer player. Below the image, the specifications "32" 720p LED 120Hz" are displayed. To the right of the product, the price is listed as \$199,995. Below the price, there is a promotional offer for accumulating 7999.8 PriceCash with a credit card. The left sidebar contains a list of categories, and the bottom left corner features a small advertisement for a mobile app.

Hi! Hola | Costa Rica | English | [Estado de la Orden](#) | [Servicio al Cliente](#) | [Suscribirse para recibir ofertas](#) | [Ayuda](#)

Ordene sus regalos navideños hoy. Compre a más tardar el 27-oct para que su orden llegue antes del 25-dic.

PRICE SMART
Membership Shopping

Únase a los millones que ya están ahorrando

[Servicio al Cliente](#) | [Membresías](#) | [Ubicación de la tienda](#)

Buscar: ¿Qué es lo que usted está buscando?

[Ingresar o Registrarse](#) | [Su carrito](#)

Inicio > Electrónica > Televisión > LED / LCD 32" > Toshiba Televisor LED HDTV Class 720p 120Hz de 32"

Toshiba Televisor LED HDTV Class 720p 120Hz de 32"

\$199,995

WALCITELECOM INC. (1100)

El precio de las producciones incluye todos los gastos de importación.

[Agregar](#) 1

Acumule 7999.8 PriceCash con su Tarjeta de Crédito PriceSmart de Credomatic.

(El PriceCash equivale a \$1).

¿YA TIENE SU ?

3.2. Equipo de sonido

The screenshot shows the GOLLO website interface. At the top, there is a blue header with the GOLLO logo (a rooster) and the slogan "¡Sólo bueno!". Navigation links include "LINEA GRATUITA 800-00-46556", "INICIAR SESIÓN", "CONTACTO", "SUCURSALES", and "CARRITO DE COMPRAS (0) productos". A search bar is present with the text "Buscar" and "Filtrar por". Below the header, the breadcrumb trail reads "Inicio / Sony Minicomponente / SHAKES / 2200 W". The main content area features a large image of the Sony SHAKES 2200 W speaker system, which consists of a central unit on top of two large speakers. To the left of the main image are several smaller thumbnail images of related products. On the right side, the product details are displayed: "Sony Minicomponente / SHAKES / 2200 W" with a price of "379.000,00". Below the price, there is a section for "Comentarios" (Reviews) with the text "Se el primero en comentar (+80 productos)", a "Código" field with the value "8201010140", and a "Cantidad" field with the value "1". At the bottom right, there is a yellow button labeled "Agregar al carrito".

3.4. Proyector

The screenshot shows the PriceSmart website interface. At the top, there is a navigation bar with the PriceSmart logo and a search bar. Below the search bar, there is a category list on the left and a main product display area. The product is the 'Optoma Proyector de bolsillo Pico', which is a small, black, rectangular projector. The price is listed as €349.995, and it is noted as 'PRECIO TODO INCLUIDO'. There are three smaller images of the projector from different angles below the main image. The website also features a promotional banner at the top about Christmas gifts and a 'Su carrito' (Your cart) button.

Hi | País: Costa Rica | Idioma: español | Estado de la Orden | Sesión al Cliente | Suscripciones para recibir novedades

Ordene sus regalos navideños hoy. Compre a más tardar el 27-oct para que su orden llegue antes del 25-dic.

Únase a los millones que ya están ahorrando | Ser miembro | Miembros | Obtener más info

PRICE SMART Membership Shopping

Buscar: ¿Qué es lo que usted está buscando? | Ingresar o Registrarse | Su carrito

Categorías

- Electrónica
- Computación
- Auto
- Ahorros
- Productos Intelectuales
- Artículos deportivos
- Música
- Juegos
- Juguetes y juegos
- Electrodomésticos
- Artículos para el hogar
- Bebidas
- Equipos
- Video
- Música
- Ofertas
- Accesorios de móvil

Pico > Computación e Internet > Proyectores > Optoma Proyector de bolsillo Pico

Optoma Proyector de bolsillo Pico

€349.995

PRECIO TODO INCLUIDO

El precio de los productos incluye todos los gastos de entrega.

(Incluye control remoto)

Comprar 1

¡YA TIENE SU

3.5. Teléfono

The screenshot shows the PriceSmart website interface. At the top, there is a navigation bar with the PriceSmart logo and a banner for Christmas shopping. Below the navigation bar, there is a search bar and a list of categories. The main content area features a Panasonic SIP phone product page. The phone is shown in a black and white image. To the right of the phone, the price is listed as C\$84,995, with a note that the price includes taxes and shipping. Below the phone image, there is a promotional banner for PriceCash, stating that users can accumulate 3399.8 PriceCash with their PriceSmart Credit Card. The banner also includes a small image of the credit card and a link to learn more about PriceCash.

Inicio > Oficina > Equipo y accesorios de oficina > Telefonos > Panasonic Teléfono SIP básico

Panasonic Teléfono SIP básico

C\$84,995
PRECIO TODO INCLUIDO
El precio de los productos incluye todos los gastos de impuestos.

Acumula 3399.8 PriceCash con su Tarjeta de Crédito PriceSmart de Credomatic.
PriceCash equivale a Q1

¿YA TIENE SU

3.6. Luces de emergencia

login




Código País
Cambia de país

categorias ▾ ubicación novedades regístrate drivers soporte ▾

¡Ahora Nueva Forma de Pago a 3 y 8 Meses Sin Intereses con Tasa 0 de Credomatic o con Credix a 3 Meses Tasa 0!

Lámparas de emergencia

Inicio > Catálogo > Energía > Lámparas e iluminación > Lámparas de emergencia

Lámparas e iluminación

- Apodadores (4)
- Lámparas con sensor (6)
- Lámparas de visión nocturna (2)
- Lámparas de emergencia (12)
- Lámparas de LED (28)
- Lámparas de noche (0)
- Lámparas destartadas (1)
- Lámparas fluorescentes (4)
- Linternas (10)
- Luzes para fotos (7)
- Reflectores de LED (2)
- Sistemas de sensores de calor (2)

Lámpara de emergencia ahorradora de energía, con respaldo de 17 horas



Producto agotado

El producto no cuenta temporalmente, rogamos
verlo disponible próximamente.

\$ 25,000

Escala	Cant.	Precio
Mayorista	3	\$ 21,150
Distribuidor	4	\$ 19,000

Todos los precios incluyen IVA

Modelo: LM 530

3.7. Impresora

Inicio | Ventas Corporativas | Nuestra Compañía | Información | Ayuda

300

Office DEPOT

Ubicación Tiendas Recibe nuestras promociones

Ver artículos de la A-Z Seguimiento de Pedidos

MOBILIARIO OFICINA PAPEL TECNOLOGIA COMPUTO

Principal = Producto patrocinado

Categorías
IMPRESORAS DE MATIZ
IMPRESORAS LA SER
IMPRESORAS INKJET
IMPRESORAS FOTOGRAFICAS
SCANNERS CAMA PLANA

IMPRESORA EPSON TM-T20II-062
IMPRESORA TERMICA DE RECIBOS ECONOMICA Y SENCILLA DE USAR PUEDES REALIZAR LA INSTALACION SIN PROBLEMAS; SU CERTIFICACION ENERGY STAR IMPLICA UNA REDUCCION DE LA HUELLA DE CO2 POR LO QUE ES UNA OPCION MAS ECOLOGICA. 1 AÑO DE GARANTIA DIRECTO CON EL FABRICANTE.



★★★★★ **Calificación**
Item # 24110
Precio: **€116,990.00** No Disponible
PIEZA
Cantidad:
Promociones
Comprar

Añadir a la lista entrega a domicilio gratis
escribe una reseña

AGRANDAR IMAGEN ▶

ITEM#	24110
MARCA	EPSON
MEDIDA	PIEZA
MODELO	TM-T20II-062
VELOCIDAD	150 MM/S
INTERFASE	USB-232, APERTURA DE CAJÓN
CONSUMIBLE	PAPEL TERMICO DE 58 MM DE ANCHO

4. COTIZACIÓN DE MOBILIARIO

4.1. Escritorio



The screenshot shows the PriceSmart website interface. At the top, there is a navigation bar with the PriceSmart logo and a promotional banner: "Únase a los millones que ya están ahorrando". Below the banner is a search bar with the text "¿Qué es lo que usted está buscando?". To the right of the search bar are links for "Ingresar o Regístrate" and "Su carrito".

The main content area features a left sidebar with a "Categorías" menu listing various product categories such as "Electrónica", "Computadores", "Bebé", "Fuerza física", "Fitness y bienestar", "Artículos de papelería", "Muebles", "Leche", "Juguetes y juegos", "Equipamiento", "Artículos para el hogar", "Bebidas", "Equitación", "Salud", "Hogar", "Oficina", and "Accesorios de moda".

The central product listing is for a "TECHNI MOBILI Escritorio de doble pedestal para computadora – acabado chocolate". It includes a photograph of the desk, which is a dark wood finish with two pedestals. To the right of the image, the price is listed as "€164,995" and "PRECIO TODO INCLUIDO". Below the price, there is a note: "El precio de los productos incluye todos los gastos de importación." At the bottom right of the product area, there is a "Agregar" button.

At the bottom of the page, there is a promotional banner for a credit card: "Acumule 6599.6 PriceCash con su Tarjeta de Crédito PriceSmart de Credomatic." Below this, it says "12 PriceCash equivo a \$200".

4.2. Fútbolín

Inicio | Costa Rica | País | Idioma | [Carrito de la Compra](#) | [Ayuda al Cliente](#) | [Suscríbete para recibir ofertas](#)

Ordene sus regalos navideños hoy. Compre a más tardar el 27-oct para que su orden llegue antes del 25-dic.

PRICESMART
Membership Shopping

Unase a los millones que ya están ahorrando

[Servicio al Cliente](#) | [Membresía](#) | [Historial de la compra](#)

Buscar

[Ingresar o Registrarse](#) [Su carrito](#)

Categorías

- Electrónica
- Computadoras
- Hogar
- Automotriz
- Productos Institucionales
- Educación deportiva
- Alimentación
- Recreación
- Juguetes y juegos
- Equipamiento deportivo
- Artículos para el hogar
- Herramientas
- Equipo
- Salud
- Muebles
- Oficina
- Accesorios de moda

Inicio > [Viper Mesa de fútbolín Maverick](#)

Viper Mesa de fútbolín Maverick



PRECIO TODO INCLUIDO
El precio de los productos incluye todos los gastos de importación.

PRECIO: \$529,995

[Agregar](#) 1



¡YA TIENE SU

5. FORMULARIO DE USO DE SUELOS



SOLICITUD DE: **CERTIFICADO DE USO DE SUELO** **ALINEAMIENTO VIAL**

Nombre de solicitante: _____ Cédula: _____

Fecha recibida: _____ Teléfono: _____ Firma: _____

Dirección exacta dentro del Cantón de Mora para notificaciones: _____

DATOS DE LA PROPIEDAD:

Propietario: _____ cédula: _____

Dirección exacta: _____ Plano Catastrado: SJ- _____

Distrito: _____

NOTA: el solicitante debe especificar la actividad a ejecutar en la propiedad, de lo contrario el Certificado de Uso de Suelo se realizara por **consulta general**, este no le será útil para realizar ningún otro tramite municipal o de otra institución (en el caso de patente se debe especificar si es renovación o patente nueva y el tipo de actividad pretendida)

DESTINO-USO PROPUESTO

VIVIENDA UNIFAMILIAR

VIVIENDA MULTIFAMILIAR

URBANIZACIÓN

CONDOMINIO

COMERCIO-OFICINAS

OTROS:

PLANTAS DE TRATAMIENTO

INDUSTRIA

BODEGA

SITIOS DE REUNION PÚBLICA

INSTALACIONES DEPORTIVAS

PATENTE (especifique el tipo de actividad y si la

Patente es nueva o renovación)

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA O PATENTE: _____

USO EXCLUSIVO DEL DEPARTAMENTO DE INGENIERIA

Zona Plan Regulador:	Derecho de vía: Vía 1 _____ mts Vía 2 _____ mts	Antejardín obligatorio: _____ mts	Autoriza:
----------------------	---	-----------------------------------	-----------

Observaciones:

REQUISITOS:

Formulario debidamente lleno

Dos fotocopias **legibles** del plano catastrado visado por la Municipalidad de Mora

Estudio literal de la propiedad

Estar al día con los impuestos municipales (propiedad debe estar debidamente declarada).

6. FORMULARIO UNIFICADO DE PERMISO SANITARIO DE
FUNCIONAMIENTO

SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO / FORMULARIO UNIFICADO

A. INFORMACIÓN RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO

1		2			3		4		5	
NOMBRE DE PRESENTACIÓN:		GRUPO DE PAGO:			CÓDIGO CII:		TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO PRINCIPAL:		ACCIONES CII:	
FARMACIA		A B C								
RENOVACION										
6 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO (NOMBRE FANTASIA) QUE SOLICITA PSE:										
7 PROVINCIA: SAN JOSE		8 CANTÓN: MORRA			9 DISTRITO:					
10 DIRECCIÓN/FUENTA DEL ESTABLECIMIENTO (OTRAS DEBEN ESPECIFICAR):										
11 TELÉFONO:		12 Nº DE FAX PARA NOTIFICACIONES:			13 APODO. POSTAL:		14 CORREO ELECTRÓNICO:			
15 NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA PROPIETARIA DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:									16 CÉDULA DE IDENTIDAD:	
17 LUGAR DE NOTIFICACIÓN PERSONA FÍSICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO (EMPRESA O NEGOCIO):										
18 TELÉFONO:		19 Nº DE FAX PARA NOTIFICACIONES:			20 APODO. POSTAL:		21 CORREO ELECTRÓNICO:			
22 RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO (PERSONERÍA JURÍDICA):					23 CÉDULA JURÍDICA:					
24 NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:									25 CÉDULA DE IDENTIDAD:	
26 LUGAR DE NOTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:										
27 TELÉFONO:		28 Nº DE FAX PARA NOTIFICACIONES:			29 APODO. POSTAL:		30 CORREO ELECTRÓNICO:			
31 Nº TOTAL DE EMPLEADOS:		32 Nº HOMBRES:		33 Nº MUJERES:		34 Nº TOTAL DE COLABORADORES O OCUPANTES:				
35 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):				36 HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:						
37 ÁREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS:										
38 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS: <i>(Ver instrucciones al dorso para elegir alternativas o en su caso)</i>										
39 GENERA Desechos Peligrosos: () SI () NO CANTIDAD POR MES:										
B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y AFINES:										
40 NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE SERVICIOS DE SALUD O AFINES):									41 No. CÉDULA:	
42 LUGAR DE NOTIFICACIÓN RESPONSABLE TÉCNICO:										
43 TELÉFONO:		44 Nº FAX PARA NOTIFICACIONES:			45 APODO. POSTAL:		46 CORREO ELECTRÓNICO:			
47 PROFESIÓN DEL RESPONSABLE TÉCNICO:		48 ESPECIALIDAD DEL RESPONSABLE TÉCNICO:				49 REGISTRO DEL COLEGIO PROFESIONAL:				
50 Nº PERSONAL PROFESIONAL:					51 Nº PERSONAL TÉCNICO:					
52 FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O AFINES):										
53 FIRMA DEL PROPIETARIO DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:									AUTENTICACIÓN:	
C. LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD (Deben llenarse conforme la señal de instrucción):										
54 FECHA DE PRECIBO DE SOLICITUD:		55 NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:								
56 SEÑAL:					57 Nº DE SOLICITUD:					
D. REQUISITOS DE LA SOLICITUD:										

1. DECLARACIÓN JURADA () 2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS () 3. COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD () 4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA Y OTORGA JURÍDICA VIGENTES () 5. LISTADO DEL PERSONAL

7. DECLARACIÓN JURADA DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO



4- Código de Incorporación al Colegio Profesional correspondiente del responsable técnico: _____

5- Certificado de regencia profesional vigente otorgada por el Colegio Profesional correspondiente: _____

6- Certificado de operación del establecimiento extendida por el Colegio Profesional correspondiente: _____

7- Permiso de funcionamiento para calderas extendida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social: _____

Además declaro que la actividad para la cual solicito el PSF, cumple con los requisitos señalados para la solicitud del trámite por primera vez o para renovación del PSF según el Reglamento General para el Otorgamiento de Permisos de Funcionamiento del Ministerio de Salud, manteniendo las mismas condiciones en que fue otorgado dicho permisos para lo cual declaro y aporto lo siguiente:

QUINTO: Asimismo, me comprometo a mantener las condiciones debidas por el tiempo de vigencia del permiso y cumplir con los términos de la normativa antes indicada, por ser requisito indispensable para la operación de mi establecimiento, de igual forma me comprometo que todos los servicios brindados y los productos, equipos y materiales que se comercialicen o utilicen dentro del establecimiento que represento, cuando proceda, estarán debidamente autorizados por el Ministerio de Salud y a no ampliar o cambiar de actividad sin la autorización previa de este Ministerio.

SEXTO: Por lo anterior, quedo apercibido de las consecuencias legales y judiciales, con que la legislación castiga el delito de perjurio. Asimismo, exonero de toda responsabilidad a las autoridades del Ministerio de Salud por el otorgamiento del PSF con base en la presente declaración, y soy conocedor de que si la autoridad de salud llegase a corroborar alguna falsedad en la presente declaración, errores u omisiones en los documentos aportados, o que los servicios prestados y/o los productos comercializados dentro de mi establecimiento no cuentan con la debida autorización sanitaria, suspenderá o cancelará el PSF. Es todo.

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

Firma: _____

Es Autenticado: _____

INSTRUCCIONES

- a) En caso de persona jurídica debe aportar certificación registral o notarial de la personería y cédula jurídica.
- b) En caso de persona física que realice el trámite personalmente se debe adjuntar fotocopia de la cédula de identidad del titular.
- c) Si el trámite se realiza por un tercero, debe adjuntar copia de la cédula de identidad certificada del titular acompañado de la respectiva autorización. (Autenticado por un abogado)
- d) Solamente podrá rendir la declaración jurada quien tenga poder suficiente para dicho acto.

8. PERMISO DE CONSTRUCCIÓN

MUNICIPALIDAD DE:				PERMISO DE CONSTRUCCIÓN N°: _____	
_____		_____		FECHA DE SOLICITUD: _____	
1. NOMBRE Y APELLIDOS DEL DUEÑO DE LA PROPIEDAD O PERSONA JURÍDICA:				CÉDULA: _____	
2. DIRECCIÓN EXACTA DEL PROPIETARIO:				TELÉFONO: _____	
3. NOMBRE Y APELLIDOS DEL SOLICITANTE:				CÉDULA: _____	
4. UBICACIÓN DE LA OBRA:		PROVINCIA	CANTÓN	DISTRITO	
OTRAS SEÑAS:					
5. INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO:		Folio real (dirigido, folio, número y asiento)	Fronte calle pública	Área del Terreno	N° de plano catastrado
6. PERMISO PARA:		<input type="radio"/> Construcción <input type="radio"/> Ampliación <input type="radio"/> Reparación <input type="radio"/> Demolición <input type="radio"/> Movimiento de Tierras			
7. DESTINO DE LA OBRA:		INDIQUE N° DE OBRAS: _____			
<input type="radio"/> Asesor. Planchas <input type="radio"/> Galerías <input type="radio"/> Local Comercial N° Torres: _____ <input type="radio"/> Vivienda <input type="radio"/> Muros, Tapices <input type="radio"/> Bodega <input type="radio"/> Salón de Reuniones <input type="radio"/> Apartamento <input type="radio"/> Parqueo <input type="radio"/> Rancho <input type="radio"/> Oficina N° Torres: _____ <input type="radio"/> Const. Vertical N° Torres: _____ <input type="radio"/> Urbanización <input type="radio"/> Planta <input type="radio"/> Galeras <input type="radio"/> Const. Horizontal <input type="radio"/> Otros (Especifique): _____					
8. ACTIVIDAD ECONÓMICA:		<input type="radio"/> Agropecuaria <input type="radio"/> Energía <input type="radio"/> Transporte y Comunicación <input type="radio"/> Bienes Intangibles <input type="radio"/> Minas y Canteras <input type="radio"/> Servicio para la Construcción <input type="radio"/> Establecimiento Financiero <input type="radio"/> Industrias Manufactureras <input type="radio"/> Comercio, Restauración y Hotelería <input type="radio"/> Servicios Comunitarios y Sociales			
9. ÁREA DE CONSTRUCCIÓN (en metros cuadrados m²):		10. NÚMEROS DE PISOS:			
11. SÓLO PARA VIVIENDA:		a. N° de viviendas (incluye apartamentos)	b. N° total de apartamentos	c. N° de dormitorios	
12. VALOR DE LA OBRA: €		Valor m²: €			
13. MATERIALES PREDOMINANTES:					
a. PISOS		<input type="radio"/> Lijado <input type="radio"/> Porcelanado <input type="radio"/> Adoquin <input type="radio"/> Cerámico <input type="radio"/> Terrazo <input type="radio"/> Laminado <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Mosaico <input type="radio"/> Otro: _____ (especificar)			
b. PARED EXTERNA		<input type="radio"/> Block <input type="radio"/> Fibrocélmica <input type="radio"/> Mixto (Madera-Fibrocélmica) <input type="radio"/> Prefabricado <input type="radio"/> Misto (Block-Madera) <input type="radio"/> Gypsum <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Misto (Block-Fibrocélmica) <input type="radio"/> Otro: _____ (especificar)			
c. TEJIDO		<input type="radio"/> Hierro Galvanizado <input type="radio"/> Teja (ZMG, Barro o Asfáltica) <input type="radio"/> Otro: _____ (especificar)			
14. EL USO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA OBRA SERÁ PARA:					
<input type="radio"/> Uso propio <input type="radio"/> Alquiler <input type="radio"/> Venta <input type="radio"/> Otro: _____ (especificar)					
15. FINANCIAMIENTO (Marcar únicamente la opción de mayor aporte):					
<input type="radio"/> Banco <input type="radio"/> Cooperativas <input type="radio"/> BANPVI <input type="radio"/> Préstamo <input type="radio"/> CAU <input type="radio"/> Mutuales <input type="radio"/> IMAS <input type="radio"/> Otro: _____ (especificar)					
NOMBRE COMPLETO DEL INGENIERO DE LA OBRA				N° CARNÉ / CÉDULA	
Punto de registro profesional del Instituto Nacional de Seguros N°:				En su caso al artículo 250 del Código de Trabajo verve:	
LINEA DE CONSTRUCCIÓN: _____					
PERMISO APROBADO EL DÍA:		MES:	AÑO:	Diferencial en cobro de CPA: €	
DERECHOS DE CONSTRUCCIÓN (Corresponde al 1% del valor total de la obra según el art. 70. ley de Planificación Urbana) €					
MONTO POR CONCEPTO DE MULTA €:		MONTO TOTAL A PAGAR €:			
CANCELADO CON ENTERO N°:		FIRMA DEL AGENTE O ENCARGADO (Impresión y rubrica)			
FECHA DE CANCELACIÓN:					
FIRMA DEL RESPONSABLE DE EJECUCIÓN DE LA OBRA Y CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE CONSTRUCCIÓN (N° 833 del 9 de noviembre de 1949):					
FIRMA DEL SOLICITANTE:					
OBSERVACIONES:					

9. FORMULARIO DE SOLICITUD DE PATENTE COMERCIAL



SOLICITUD DE PATENTE MUNICIPAL

NOMBRE DEL PATENTADO: _____
NÚMERO DE IDENTIDAD: _____ TELÉFONO DE HABITACIÓN: _____
DIRECCIÓN HABITACIONAL DEL PATENTADO: _____

PRESENTO ANTE ÉSTE MUNICIPIO, SOLICITUD FORMAL DE PATENTE COMERCIAL CON LA SIGUIENTE DESCRIPCIÓN:

ACTIVIDAD COMERCIAL: _____

NOMBRE O DENOMINACIÓN DEL NEGOCIO: _____

DIRECCIÓN DEL NEGOCIO: _____

TELÉFONO NEGOCIO: _____

PARA NOTIFICACIONES EL FAX: _____ EMAIL: _____

UBICADO EN PROPIEDAD A NOMBRE DE: _____

NÚMERO DE FINCA: _____ PLANO CATASTRO: _____

FIRMA DEL SOLICITANTE

FIRMA DEL DUEÑO DE LA PROPIEDAD

INFORMACIÓN IMPORTANTE

****Si va a suspender la actividad para la cual solicitó licencia (patente), deberá comunicarlo en forma escrita a la Municipalidad, a efecto de que esta realice el trámite respectivo. Deberá estar al día en el pago de los tributos municipales**

****Si abandona la actividad sin dar aviso a la administración, el cobro de impuestos y tasas seguirán corriendo en su contra y en caso de no pago, se llevará el caso a la vía judicial para el trámite del cobro del pendiente que exista al momento en que tuvo conocimiento la administración.**

****Los servicios de recolección de basura comercial, donde se preste el servicio, se cargarán directamente a la propiedad, no al patentado, independientemente de lo que hayan convenido entre las partes.**

****Todos los trámites son personales o mediante poder otorgado ante notario público.**

USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

FECHA DE RECEPCIÓN DE TRÁMITE: _____

FUNCIONARIO MUNICIPAL QUE RECIBE: _____

LICENCIA APROBADA EN SESIÓN: _____ ACUERDO / INCISO: _____ FECHA: _____



10. FORMULARIO D1 SETENA



1. INFORMACIÓN GENERAL 1.1. Datos Generales

Información general de la actividad, obra o proyecto										
1	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD, OBRA O PROYECTO			2	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO (PERSONA FÍSICA O JURÍDICA)			3	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	
4	DOMICILIO SOCIAL O DIRECCIÓN EXACTA CALLE AVENIDA NOMBRE O NÚMERO				5	OTRAS SEÑAS				
6	TELÉFONO. N°	7	** Medio principal para recibir notificaciones (Obligatorio): CORREO ELECTRÓNICO FAX N° (para recibir notificaciones)			8	APARTADO Y CÓDIGO OF. POSTAL		9	** Medio alternativo para recibir notificaciones: CORREO ELECTRÓNICO
Sobre la localización administrativa y geográfica de la actividad, obra o proyecto										
10	PROVINCIA		CANTÓN		DISTRITO		OTRAS SEÑAS (N° Plano / coordenadas/N° finca folio real/ Dirección exacta)			
	No.	Nombre	No.	Nombre	No.	Nombre				
11										
Información y calidades del representante legal										
14	APELLIDOS Y NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL				15	ESTADO CIVIL		16	PROFESIÓN / OFICIO	
17	DOMICILIO				18	DOCUMENTO Y NÚMERO DE IDENTIDAD				
19	TELÉFONO N°	20	FAX N° (obligatorio)			21	APARTADO Y CÓDIGO OF. POSTAL		22	CORREO ELECTRÓNICO (cuando cuente con uno)
Información sobre la actividad, obra o proyecto										
23	NÚMERO CIUJ		Clasificación según IAP		Nombre del Consultor Ambiental responsable		Número de registro ante la SETENA		VIGENTE HASTA	
					Correo Electrónico		Número de Teléfono		Por Resolución No. _____	
24										
25										
26										
27										
28	RESUMEN DEL PROYECTO (de conformidad con la ficha de descripción del proyecto que se encuentra en la guía de llenado, del anexo 2)									

1.2. Firmas de declaración jurada

Los aquí firmantes, declaramos bajo fe de juramento, que toda la información suministrada y que consta en este formulario es verídica, y actual y es brindada de acuerdo al conocimiento técnico disponible. Lo anterior bajo las penas que la Ley establece para el delito de perjurio y falso testimonio y concientes de la siguiente Cláusula de Responsabilidad Ambiental: "El consultor ambiental y el desarrollador que firman el Documento D - 1 serán los responsables directos de la información técnica científica que aportan en el mismo. En virtud de ello, la Secretaría Técnica Nacional Ambiental (SETENA), como autoridad ambiental del Estado costarricense, fiscalizará que el documento que se presente haya cumplido con los lineamientos técnicos establecidos mediante la guía de llenado y si estos se cumplen aceptará la información presentada como cierta y verídica, a modo de declaración jurada. Sobre la base de los datos aportados la SETENA podría estar tomando decisiones referentes a la Viabilidad Ambiental de la actividad, obra o proyecto planteado, de modo que en el caso de que se aportara información falsa o errónea, los firmantes no solo serán responsables por esta falta, sino también por las consecuencias de decisión que a partir de esos datos haya incurrido la SETENA".

Nombre del desarrollador, o según sea el caso el del representante legal o apoderado ¹

Consultor Ambiental responsable ²

N° de Consultor Ambiental SETENA

Número de cédula

Número de cédula

N° Carné del Colegio Profesional respectivo

Firma

Firma

SOLO DECLARANTE Y/O EXENTO	62	<input type="text"/>	63	<input type="text"/>	
IMPUESTO SOBRE LA RENTA					
CONTRIBUYENTE	65	<input type="text"/>	66	<input type="text"/>	
CONTRIBUYENTE REGIMEN TRIBUTACION SIMPLIFICADA	67	<input type="text"/>	68	<input type="text"/>	
SOLO DECLARANTE Y/O EXENTO	69	<input type="text"/>	70	<input type="text"/>	
IMPUESTO SELECTIVO DE CONSUMO					
CONTRIBUYENTE	71	<input type="text"/>	72	<input type="text"/>	(EN CASO DE FUSION NUMERO DE CEDULA DEL CONTRIBUYENTE CON EL QUE SE FUSIONA)
SOLO DECLARANTE Y/O EXENTO	73	<input type="text"/>	74	<input type="text"/>	
IMPUESTO SALAS DE JUEGO					
	75	<input type="text"/>	76	<input type="text"/>	77
TRANSFERENCIA VEHICULOS AUTOMOTORES USADOS					
REGISTRO DE IMPRENTAS	80	<input type="text"/>	81	<input type="text"/>	
F I R M A S	CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL		FECHA DE RECEPCION		
	<input type="text"/>		<input type="text"/>		
	APELLIDOS		88		
	NOMBRES		<input type="text"/>		
	NUMERO DE CEDULA		<input type="text"/>		
<input type="text"/>		FIRMA Y SELLO			
FIRMA		<input type="text"/>			

MUESTRA

13. FORMULARIO PARA SUSCRIBIR RIESGOS DEL TRABAJO



INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS
Departamento de Riesgos del Trabajo

INFORMACIÓN PARA SUSCRIBIR EL SEGURO
(Sirvase llenar los espacios no sombreados en letras de imprenta)

Número Póliza:

Primer Apellido:		Segundo Apellido:		Nombre Completo:	
Nombre o razón social:					
Tipo de identificación		Cédula o residencia		Pasaporte	
<input type="checkbox"/> Persona física		<input type="checkbox"/> Gobierno		<input type="checkbox"/> Institución autorizada	
<input type="checkbox"/> Jurídica					
Nº identificación		Estado Civil:			
		<input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Separado			
Fecha nacimiento		Nacionalidad:		<input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Célibe	
Día / Mes / Año				<input type="checkbox"/> Otro:	
Provincia:		Cantón:		Escolaridad:	
				<input type="checkbox"/> Sin grado académico <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria	
Dirección exacta:		Distrito:		<input type="checkbox"/> Universidad <input type="checkbox"/> Postgrado universitario	
Calle:		Avenida:		Otras señas:	
Apertado:		Teléfono Oficina:		Teléfono Domicilio:	
Ingreso Mensual aproximado:		Sitio Web:		Dirección Electrónica:	
Nombre del Patrono:		Teléfono del Patrono:		Nº. de Fax:	
Cuenta Cliente:		Banco Emisor:		Cantidad de Empleados: (solo para Empresas)	
Edad:		Estatura: mts		Peso: Lbs	
				Incluye al Solicitante: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No	
Lugar de los trabajos:					
Fecha aproximada inicio de trabajos:				Forma de Pago:	
				<input type="checkbox"/> Período Corto	
				<input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Trimestral	
INSTRUCCIONES PARA LLENAR EL FORMULARIO					
1. Nombre del Patrono:		Debe indicarse exclusivamente el nombre de la persona física o jurídica que tenga como patrono y no el nombre de su Intermediario.			
2. Fecha aproximada de inicio del trabajo:		El presente seguro entra en vigencia a partir de la fecha y hora en que el patrono hace efectivo el pago de la prima por emisión. En aquellos casos en que la fecha de inicio de los trabajos es incierta, indicar la fecha aproximada.			
3. Actividad Económica:		Debe indicar la actividad principal de la empresa, la cual se establece en la "Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas" CIIU 3.			
4. Obra de Interés Social:		Debe aportar copia de la declaratoria de Interés Social emitida por una Institución autorizada para tal fin. Adicionalmente, este beneficio se otorga al beneficiario del bono, no a la constructora, por lo que el beneficiario debe ser el suscriptor del seguro.			
USO EXCLUSIVO PARA PÓLIZAS DE CONSTRUCCIÓN					
Tramitado en Municipalidad:		No. Boleta:		No. Permiso:	
Valor Construcción Obra:		Obra Interés Social <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
USO EXCLUSIVO DEL DEPARTAMENTO DE RIESGOS DEL TRABAJO					
Tipo de Póliza:		Forma de pago:			
		<input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Semestral			
		<input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Período Corto			
Emisión desde:		Vigencia hasta:		Cobertura 24 horas	
Día: Mes: Año:		Día: Mes: Año:		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
Código de Actividad Económica			Observaciones:		
Tarifa Inicial:		Monto Asegurado:		Prima de emisión:	
Cód. Agente:		Cód. Comercializadora:		Inspector:	
Digitado por:		Aceptado por:		Fecha:	
				Día: Mes: Año:	

INS-F-1000631 • 800/50 • 10-07 • Lic. Rest. 506004

PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE	Nº CEDULA	Nº. /SEGURO	OCCUPACIÓN	SALARIO MENSUAL	OBSERVACIONES
ESPACIO PARA CALCULO DE PÓLIZA					Nombre del Patrono o Representante Legal:		
					Número de cédula de identidad:		
					Firma:		
					Lugar:		
NOMBRE DE AGENTE DE SEGUROS		CÓDIGO AGENTE	FIRMA		Fecha y Hora:		

ISSF 333671 - 88075 - E-01 - 100 - 92284

APÉNDICES

1. CUESTIONARIO APLICADO A LA MUESTRA

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Investigación de Mercado Complejo Deportivo en Ciudad Colón
Agosto 2014

Fecha y hora: _____

Cuestionario No. _____

Buenas, mi nombre es Francisco Pérez Morales. Estoy realizando un estudio sobre la construcción de un Complejo Deportivo en Ciudad Colón. Sería tan amable de contestarme una breve encuesta. Las respuestas serán utilizadas de forma anónima y confidencial. Gracias.

PRÁCTICA DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS

- ¿Actualmente usted practica algún tipo de actividad física?
(1) Sí / / (2) No / /
- ¿Qué tipo de actividad física practica? Puede marcar varias opciones
(1) Atletismo / / (5) Levantamiento de pesas / /
(2) Fútbol / / (6) Ciclismo / /
(3) Baloncesto / / (7) Otro _____
(4) Natación / /

OPINIÓN SOBRE ALTERNATIVAS ACTUALES

Fútbol en cancha sintética

- ¿Utiliza usted los servicios de una cancha de césped sintético?
(1) Sí / / (2) No / / Pasar a la pregunta 8.
- ¿Con que frecuencia usa los servicios de una cancha de césped sintético?
(1) Diaria / / (3) Quincenal / /
(2) Semanal / / (4) Mensual / /
- ¿En qué horario prefiere practicar fútbol?
(1) Mañana / / (2) Tarde / / (3) Noche / /
- ¿Cuánto dinero invierte en la práctica de este deporte al mes?
(1) Menos de €5,000 / /
(2) Más de €5,000 a menos de €10,000 / /
(3) Mas de €10,000 a menos de €15,000 / /
(4) Mas de €15,000 / /
- ¿Indique en qué lugar asiste para practicar el fútbol en cancha sintética?

Gimnasio

8. ¿Asiste usted actualmente a algún gimnasio?

(1) Sí /__/ (2) No /__/ Pasar a la pregunta 13.

9. ¿Con que frecuencia asiste al gimnasio?

- (1) 1 o 2 días por semana /__/
- (2) 3 o 4 días por semana /__/
- (3) 5 o más días por semana /__/

10. ¿En qué horario prefiere asistir al gimnasio?

(1) Mañana /__/ (1) Tarde /__/ (2) Noche /__/

11. ¿Cuánto dinero invierte al mes?

- (1) Menos de €15,000 /__/
- (2) Más de €15,000 a menos de €20,000 /__/
- (3) Mas de €20,000 a menos de €25,000 /__/
- (4) Mas de €25,000 /__/

12. ¿Indique el nombre el lugar donde se ubica al gimnasio al que asiste?

NUEVO PROYECTO COMPLEJO DEPORTIVO

13. ¿Qué opina usted sobre un nuevo proyecto que consiste en construir un Complejo Deportivo que ofrezca los servicios de alquiler de canchas sintéticas de fútbol 5 y gimnasio equipado en Ciudad Colón? En caso de responder en desacuerdo, pasar a la pregunta 21.

(1) De acuerdo /__/ (2) En desacuerdo /__/ ¿Por qué? _____

14. ¿Qué aspectos considera que son atractivos para que usted decida utilizar los servicios del Complejo Deportivo?

- (1) Ubicación /__/ (5) Horario /__/
- (2) Precio /__/ (6) Calidad /__/
- (3) Servicios ofrecidos /__/ (99) Otros /__/
- (4) Diseño del lugar /__/

15. ¿Usted estaría dispuesto a utilizar los servicios del Complejo Deportivo?

(1) Sí /__/ (2) No /__/ ¿Por qué? _____

16. De los siguientes servicios que brindaría el Complejo Deportivo, ¿cuales estaría dispuesto a utilizar?

(1) Canchas sintéticas /__/
(2) Gimnasio /__/

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio escogido?

(1) Canchas sintéticas _____ (2) Gimnasio _____

18. ¿Cuales servicios complementarios le gustaria recibir en el Complejo Deportivo? Puede marcar varias opciones

(1) Servicios de fisioterapia /__/
(2) Servicios de nutricionista /__/
(3) Piscina /__/
(4) Futbolines /__/
(5) Área de sauna /__/
(6) Salón de actividades /__/

19. ¿En qué medio de comunicación le gustaria conocer información sobre el Complejo Deportivo?

(1) Televisión /__/
(2) Radio /__/
(3) Internet /__/
(4) Periódico /__/
(5) Revistas /__/
(99) Otro /__/

20. ¿Conoce usted de alguna empresa que provea de los servicios ofrecidos por el nuevo proyecto, en Ciudad Colón?

(1) Si /__/ ¿Cuál? _____ (2) No /__/

DATOS PERSONALES

21. ¿Qué edad tiene? En años cumplidos _____

22. ¿Cuál es su estado civil?

(1) Soltero /__/
(2) Casado /__/
(3) Unión libre /__/
(4) Divorciado /__/
(99) Otro /__/

23. Ocupación principal

(1) Estudiante /__/
(2) Emprendedor /__/
(3) Empleado administrativo /__/
(4) Técnico /__/
(5) Profesional /__/
(6) Ama de casa /__/
(99) Otro /__/

24. Sexo

(1) Masculino /__/ (2) Femenino /__/

25. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso familiar mensual, o sea, la suma de todos los ingresos de las personas que residen en su casa?

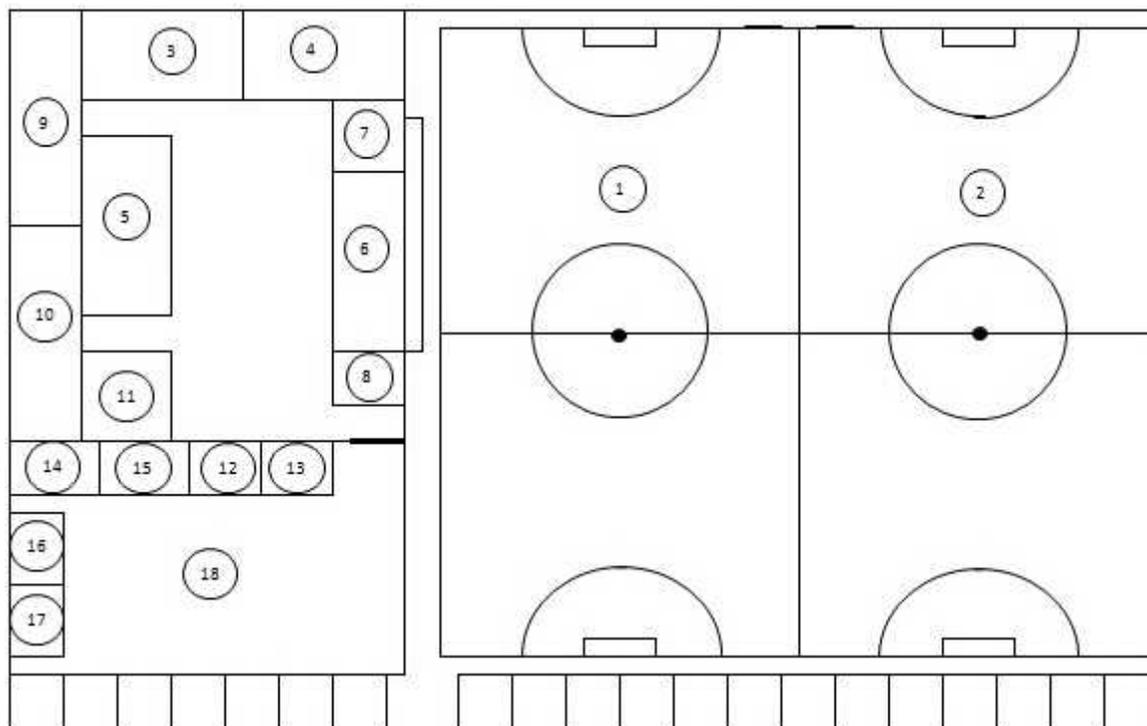
(1) Menos de €100,000 colones /__/

- (2) De €100,000 a menos de €300,000 /
- (3) De €300,000 a menos de €600,000 /
- (4) De €600,000 a menos de €900,000 /
- (5) De €900,000 a menos de €1,200,000 /
- (6) De €1,200,000 a menos de €1,500,000 /
- (7) De €1,500,000 o más

Observaciones:

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2. PLANO DEL COMPLEJO DEPORTIVO FÉNIX



- | | | |
|----------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 1. Cancha de césped sintético #1 | 7. Oficina del Administrador | 13. Oficina de Nutricionista |
| 2. Cancha de césped sintético #2 | 8. Recepción | 14. Vestidor #1 |
| 3. Área de spinning | 9. Baño de gimnasio hombres | 15. Vestidor #2 |
| 4. Sala de clases | 10. Baño de gimnasio mujeres | 16. Baño #1 |
| 5. Área de peso libre | 11. Zona de abdomen | 17. Baño #2 |
| 6. Área de cardio | 12. Soda | 18. Área de espera |

3. HORARIO PRODUCTIVO CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO

Horario productivo de la cancha de césped sintético							
	L	K	M	J	V	S	D
9 a.m.						X	X
10 a.m.						X	X
11 a.m.						X	X
12 m.d.	-	-	-	-	-	-	-
1 p.m.			X	X	X	X	X
2 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
3 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
4 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
5 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
6 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
7 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
8 p.m.	X	X	X	X	X	X	X
9 p.m.			X	X	X	X	

BIBLIOGRAFÍA

- Amoroso, L. (08 de Setiembre de 2013). *Cómo calcular la cuota del gimnasio*. Recuperado el 01 de Setiembre de 2014, de Mercado Fitness: <http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/como-calculer-la-cuota/>
- Applet-magic. (2014). *Premios de riesgo de país*. Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de <http://www.applet-magic.com/countryrisksp.htm>
- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (s.f.). *Código de Trabajo*. Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de Ministerio de Trabajo y Seguridad Social: http://www.mtss.go.cr/images/stories/Doc_Scribd/Codigo-de-Trabajo-y-sus-Reformas.pdf
- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (s.f.). *Ley 3284 Código de comercio*. Recuperado el 09 de Octubre de 2014, de Tribunal Supremo de Elecciones: <http://www.tse.go.cr/pdf/normativa/codigodecomercio.pdf>
- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (s.f.). *Ley 5395 Ley General de Salud*. Recuperado el 09 de Setiembre de 2014, de Comisión Nacional de Emergencias: http://www.cne.go.cr/cedo_dvd5/files/flash_content/pdf/spa/doc382/doc382-contenido.pdf
- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (s.f.). *Ley 7387 Ley de patentes del cantón de Mora*. Recuperado el 06 de Octubre de 2014, de Municipalidad de Mora: <http://www.mora.go.cr/index.php/descargas/normativas/46-ley-de-patentes-del-canton-de-mora/file>
- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (23 de Diciembre de 2011). *Ley 9024 Impuesto a las personas jurídicas*. Recuperado el 09 de Octubre de 2014, de [eRegulations: http://costarica.eregulations.org/media/Ley%209024%20impuesto%20sociedades.pdf](http://costarica.eregulations.org/media/Ley%209024%20impuesto%20sociedades.pdf)

- Banco Central de Costa Rica. (2014). *Indicadores económicos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de Banco Central de Costa Rica: http://www.bccr.fi.cr/indicadores_economicos_/
- Dess, G., Lumpkin, T., & Eisner, A. (2011). *Administración estratégica*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Gitman, L. J. (2007). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- INEC. (s.f.). *Censo 2011*. Recuperado el 20 de Agosto de 2014, de INEC Costa Rica: <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>
- INEC. (s.f.). *Estimaciones y Proyecciones de Población por sexo y edad*. Recuperado el 03 de Setiembre de 2014, de Centro Centroamericano de Población: <http://ccp.ucr.ac.cr/bvp/pdf/poblacion/EstimacionesyP.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2008). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. Mexico D.F.: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Marketing versión para Latinoamérica*. México: Pearson Education.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2010). *Instalación de empresas en Costa Rica*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de Ministerio de Economía, Industria y Comercio: <http://meic.go.cr/tramites/espanol/3/3-1.htm>
- Ministerio de Hacienda. (s.f.). *Tablas de Precios Por Unidad de Diferentes tipos de Construcción octubre 2013*. Recuperado el 20 de Setiembre de 2014, de Prosera Consultores: <http://proseraconsultores.com/documents/TablasPreciosporUnidadProseraConsultoresOCTUBRE2013.pdf>
- Ministerio de Salud. (s.f.). *Decreto 33532-S*. Recuperado el 06 de Octubre de 2014, de Instituto Costarricense de Deporte y Recreación: <http://www.icoder.go.cr/index.php/servicios/licitacionespublicas/cafs/Decreto-de-Ley--N%C2%BA-33532-S/>

- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (s.f.). *Lista de salarios mínimos segundo semestre 2014*. Recuperado el 23 de Setiembre de 2014, de Ministerio de Trabajo y Seguridad Social: http://www.mtss.go.cr/images/stories/Lista_salarios_II_semestre_2014.pdf
- Petry, P., & Lebediker, M. (s.f.). *Emprendedurismo en Costa Rica*. Recuperado el 17 de Agosto de 2014, de Programa estado de la nación: http://www.estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/017/Lebediker_Marcelo_y_Petry_Petra_El_emprendedurismo_en_Costa_Rica.pdf
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado el 06 de Agosto de 2014, de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=empresedor>
- Rosales, R. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos*. San José: ICAP.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Santiago, Chile: McGraw-Hill.
- Thompson, J. (11 de Enero de 2009). *Evaluación de proyectos*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de Todo sobre proyectos: <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/01/evaluacion-de-proyectos.html>
- ViewsWire. (2014). *Costa Rica: Country forecast summary*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de Economist Intelligence Unit: http://viewswire.eiu.com/index.asp?layout=VWArticleVW3&article_id=532361837&showarchive=true®ion_id=&channel_id=190004019&country_id=190000019&category_id=360004036&archive_link=index%2Easp%3Flayout%3DVWCategoryVW3%26region_id%3D%26channel_id%3D1900040
- Vindas, L. (22 de Junio de 2014). *Crece la construcción de gimnasios y canchas deportivas*. Recuperado el 22 de Junio de 2014, de El Financiero: http://www.elfinanciero.cr/negocios/canchas-infraestructura-CFIA_0_540545945.html