



**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de  
distribución en Ciudad Quesada de productos artesanales elaborados por  
productores de la zona de San Carlos**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
BACHILLERATO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ELABORADO POR:

**KATERIN LISBETT ROMERO ROMERO**

PROFESOR TUTOR:

**MBA. ALLAN PÉREZ OROZCO**

**II SEMESTRE**

**SAN CARLOS, 2021**

## Contenido

Resumen.....	I
Abstract.....	II
Introducción.....	1
CAPITULO I: Planteamiento del problema.....	3
Marco referencial.....	4
Justificación del TFG.....	5
Objetivos de la investigación.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Pregunta de investigación.....	7
CAPITULO II: Revisión de literatura.....	8
Emprendedor.....	9
Características de las personas emprendedoras.....	9
Tipos de emprendimiento.....	10
Idea de negocio.....	11
Formulación y evaluación de proyectos.....	12
Estudios preliminares.....	12
Prefactibilidad.....	12
Estudio de ciclo primario o preparación.....	13
Estudio de ciclo secundario o implementación.....	13
Estudio de mercado.....	13
Mercado.....	14
Cliente.....	14
Demanda.....	15
Oferta.....	15
Mezcla de mercadotecnia.....	16
Estudio técnico.....	17
Localización.....	18
Proceso productivo.....	19
Estudio organizacional.....	19
Análisis administrativo.....	20
Manual de procedimiento.....	20
Estudio legal.....	20
Estudio Ambiental.....	21
Estudio Financiero.....	21

Finanzas .....	22
Inversiones del proyecto .....	22
Flujos de caja del proyecto .....	23
Indicadores Financieros .....	24
CAPITULO III: Metodología de la investigación.....	25
Enfoque de investigación.....	26
Diseño de la investigación .....	26
Unidad de análisis .....	27
Población y muestra .....	27
Variables de la investigación .....	30
Estrategia de análisis de los datos .....	31
CAPITULO IV Estudio de mercado .....	32
Análisis del mercado .....	33
Análisis de demanda.....	33
Estimación de la demanda futura.....	36
Caracterización y comportamiento de los consumidores.....	37
Zona de influencia.....	38
Oferta .....	39
Producto.....	40
a) Tipo de bien .....	40
b. Usos .....	41
c. Usuarios .....	41
d. Productos sustitutos.....	42
e. Productos complementarios.....	42
Precios .....	42
Comercialización .....	43
a. Cadena de comercialización. ....	43
b. Posibles cambios para mejorar la distribución. ....	44
c. Transporte .....	44
d. Política de ventas .....	44
e. Promoción y publicidad.....	44
Abastecimiento y Proveedores .....	45
f) Proveedores existentes .....	46
g) Contratos existentes .....	46
h) Reglas del mercado de proveedores .....	47
i) Situación del recurso humano.....	47
Ingresos del proyecto .....	47
Costo de promoción y publicidad .....	48

CAPITULO V: Estudio técnico.....	49
Tamaño del proyecto.....	50
Localización .....	50
Tecnología utilizada.....	51
Proceso productivo.....	52
Planificación.....	52
Logística .....	52
Venta .....	53
Ingeniería del proyecto .....	53
Estimación de costos .....	54
(1) Resumen de los costos totales de inversión inicial .....	54
(2) Reposición de activos.....	55
(3) Determinación de costos de operación fijos y variables .....	57
CAPITULO VI: Estudio organizacional .....	59
Organización .....	60
Descripción de funciones.....	61
Procedimientos.....	62
Requerimientos administrativos.....	64
Costo salarial .....	64
CAPITULO VII: Estudio legal y ambiental .....	66
Legalidad del proyecto .....	67
1. Inscripción de la Sociedad .....	67
2. Póliza de riesgo laboral.....	69
3. Inscripción ante impuestos.....	69
4. Inscripción ante la Caja Costarricense de Seguro Social .....	70
5. Contribución tributaria.....	71
6. Patente .....	72
7. Cuenta bancaria .....	72
Estudio ambiental .....	73
Legislación ambiental aplicable.....	73
CAPITULO VIII: Estudio financiero.....	74
Inversiones y costos del proyecto.....	75
Ingresos estimados del proyecto .....	76
Construcción de flujos de caja .....	76
Flujo de caja escenario realista.....	77
Indicadores financieros .....	78
Ingresos anuales del escenario optimista .....	80
Flujo de caja escenario optimista .....	80

Indicadores financieros .....	81
Análisis de sensibilidad .....	82
CAPITULO IX: Principales consideraciones.....	84
CAPITULO X: Conclusiones y recomendaciones.....	86
Conclusiones.....	87
Recomendaciones.....	88
CAPITULO XI: Apéndices .....	89
CAPITULO XII: Anexos.....	95
CAPITULO XII: BIBLIOGRAFÍA .....	108

## Índice de figuras

Figura 1: Estudio de ciclo primario o preparación.....	13
Figura 2: Las 4p´s de la mezcla de mercadotecnia .....	17
Figura 3: Aceptación del producto.....	34
Figura 4: Aceptación del producto según preferencia sexual .....	34
Figura 5: Ocupación según preferencia sexual .....	35
Figura 6: Lugar de compra según la preferencia sexual.....	36
Figura 7: Mapa de Ciudad Quesada, Alajuela.....	38
Figura 8: Principal selección de características, por los encuestados .....	41
Figura 9: Proceso productivo .....	52
Figura 10: Proceso productivo .....	60
Figura 11: Estructura organizacional.....	61

## Índice de tablas

Tabla 1: Variables para la investigación:.....	30
Tabla 2: Proyección de demanda futura.....	37
Tabla 3: Ventas respecto a proyección de demanda futura.....	37
Tabla 4: Materiales semanales .....	46
Tabla 5: Estimación de ingresos de proyecto.....	47
Tabla 6: Requerimientos estructurales, de equipo y personal .....	53

Tabla 7: Costos de materiales y equipo .....	55
Tabla 8: Reposición de activos .....	56
Tabla 9: Costos fijos .....	57
Tabla 10: Costos variables.....	57
Tabla 11: Cargas sociales.....	64
Tabla 12: : Requerimiento de provisiones .....	65
Tabla 13: Planilla de colaboradores .....	65
Tabla 14: Cotización de aportes obreros y patronales, por cargas sociales .....	65
Tabla 15: Componentes de Inversión inicial.....	75
Tabla 16: Costos del proyecto.....	76
Tabla 17: Depreciación de activos mayor a 5 años .....	76
Tabla 18: Depreciación de activos menor a 5 años .....	76
Tabla 19: Ingresos anuales estimados escenario realista .....	76
Tabla 20: Flujo de escenario realista.....	77
Tabla 21: Indicadores financieros de escenario realista .....	78
Tabla 22: Ingresos escenario optimista .....	80
Tabla 23: Flujo de escenario optimista .....	80
Tabla 24: Indicadores financieros escenario optimista .....	81

## **Resumen**

El presente proyecto analiza la prefactibilidad de una nueva idea de negocio, tiene como objetivo principal determinar la prefactibilidad para la creación de una empresa de distribución en Ciudad Quesada de productos como jaleas y panes caseros elaborados por productores y artesanos de la zona de San Carlos, se realizará una distribución de sus productos en la zona de Ciudad Quesada y alrededores, con este proyecto se espera contribuir en la toma de decisión del emprendedor a partir de un estudio de mercado, técnico, organizacional, legal, ambiental y financiero debidamente fundamentados.

**Palabras claves:** Emprendimiento, prefactibilidad, distribución, productores.

## **Abstract**

This project analyzes the pre-feasibility of a new business idea, its main objective is to determine the pre-feasibility for the creation of a distribution company in Ciudad Quesada of products such as jellies and homemade breads made by producers and artisans in the San Carlos area. There will be a distribution of your products in the area of Ciudad Quesada and its surroundings, with this project it is expected to contribute to the entrepreneur's decision-making based on a market, technical, organizational, legal, environmental and financial study duly substantiated.

**Keywords:** Entrepreneurship, pre-feasibility, distribution, producers.



## Introducción

En la actualidad la economía de muchos países depende de aquellas pequeñas y medianas empresas que, según el Ministerio de Economía Industria y Comercio, en Costa Rica, estas empresas aportan un aproximado de un tercio de la producción y la mitad de los empleos que se encuentran en los sectores de comercio, servicio e industrias.

Por lo que, en los últimos años se ha promovido e incorporado el espíritu emprendedor desde muy jóvenes y el desarrollo de talleres o programas que impulsen a la creación de nuevas ideas de negocio, lo cual permite no pensar en solamente ser colaboradores de una empresa, sino en crear una propia, ser su propio jefe y brindar más empleos al país.

De esta forma, la creación de nuevas ideas de negocio o proyectos, son parte del área de la administración, ya que, por medio de la evaluación de estos, una empresa o emprendedor puede evaluar la viabilidad del proyecto con el objetivo de emprender o expandir un negocio.

Es así como nace la idea de este nuevo proyecto, establecerse en el mercado donde se ofrezca un menú de productos artesanales comestibles, que sean elaborados por productores de la zona. De esta forma, se crea un enlace entre el productor y el consumidor final, asimismo se genera un mayor reconocimiento para aquellos emprendedores locales que aún no han podido dar a conocer su producto.

Por este motivo, es que se procede a realizar un estudio de prefactibilidad de esta nueva idea de negocio, el principal objetivo de dicho proyecto es determinar la

prefactibilidad para la creación de una empresa de distribución en Ciudad Quesada de productos como jaleas y panes caseros elaborados por productores y artesanos de la zona de San Carlos. El proyecto se analiza y evalúa a través de estudios: técnico, de mercado, organizacional, legal, ambiental y financiero.

El presente estudio de prefactibilidad está compuesto por los capítulos IV, V, VI, VII, VIII, en estos capítulos se realiza el análisis de los estudios mencionados; el capítulo IX cuenta con una propuesta que cumple con la característica de brindar las principales consideraciones al emprendedor o lector, derivado de los estudios previos; seguidamente, el capítulo X con las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## **CAPITULO I: Planteamiento del problema**

En este capítulo se desarrolla el marco referencial de la idea de negocio, además de temas relevantes para la investigación, tales como: justificación de la investigación, objetivos de la investigación que contempla un objetivo general y 3 específicos y finalmente la pregunta de investigación.

## **Marco referencial**

La idea de negocio que contempla este proyecto plantea la iniciativa que toma el emprendedor, de colocar un producto final principalmente en la zona de Ciudad Quesada y alrededores, ya que hasta el momento y sin realizar estudios previos que así lo indiquen, es la zona con más población que se ha contemplado para tomarlo como mercado meta, por parte del emprendedor.

El proyecto que se espera llevar a cabo es la distribución de 4 a 5 productos que su principal objetivo es ofrecerlo a domicilio y como un cambio en el consumo diario de las personas, por ejemplo, un desayuno diferente o para el tiempo del café, la idea principal es, ser un intermediario entre nuestros posibles clientes y nuestros proveedores ya que se realizará de la siguiente forma; crear una red de contactos de emprendedores de la zona que funcionen como posibles proveedores que brinden productos como jaleas de guayaba, piña, mantequilla de maní o cacao, miel de abeja u otros, asimismo, emprendedores que ofrezcan diferentes panes ya sean dulces o salados.

Con la finalidad de brindar estos diferentes productos a elección del cliente para ser entregado a la persona que lo solicita o bien, entregar a un tercero como efecto “sorpresa o detalle” de la persona que lo envía. Estos productos se presentarán y entregarán posiblemente en una caja, con los productos que se seleccionaron, cabe

mencionar que las porciones serán pequeñas (aún no se estima la cantidad exacta) ya sea de las jaleas o panes, serán para una o dos personas. Y en el empaque de cada producto dentro de la caja, irá la etiqueta, logo o contacto de donde proviene, por ejemplo, la jalea o el pan, para que la persona tenga el gusto de adquirir estos productos en mayor cantidad, así también funcionará como intermediarios.

La idea de poner en marcha este proyecto proviene del señor Francisco Céspedes Obando, actualmente reside en Valle Azul de San Ramón, Alajuela y es profesor adjunto en el Instituto Tecnológico de Costa Rica, campus San Carlos. Cabe destacar que fue el Copropietario de Kaldi Café Gourmet ubicado en San Ramón Alajuela, entre el año 2006-2009 por lo que, además de la gran experiencia que ha obtenido en el ámbito académico, ser el Copropietario de la cafetería también es un factor a favor de la idea propuesta ya que conoce un poco más respecto a emprender.

## **Justificación del TFG**

Esta nueva idea que se desea realizar nace como una gran iniciativa por emprender un nuevo negocio, explorar un nuevo mercado y valorar la prefactibilidad que tiene el proyecto. Se decide llevarlo a cabo de la siguiente forma, en donde se le pueda brindar al cliente un momento diferente a lo usual, o a lo que está acostumbrado consumir diariamente o bien, para una pequeña reunión virtual o presencial que todos los integrantes tengan lo mismo para consumir.

Por ello, se pretende crear diversos contactos con productores de la zona, que elaboren diferentes panes, dulces o salados por ejemplo, bagel, pan de masa madre, bisquick, pan de zanahoria o banano y asimismo, productores de jalea, mantequilla de maní, miel de abeja, crema de cacao, solo por mencionar algunos de los productos

que se tienen contemplados para agregar al menú y que este sea escogido por el cliente para la futura entrega, respetando los días seleccionados para la toma de pedido y entregas en los lugares correspondientes.

Como se menciona anteriormente, el cliente deberá seleccionar que es lo que desea que haya en la caja (caja donde estarían de 4 a 5 productos seleccionados, en un tamaño que sea adecuado para el consumo de 1 o 2 personas) asimismo, la fecha, lugar y hora de entrega. De este modo, para los emprendedores locales existiría una posibilidad más de dar a conocer su producto ya que, dentro de la caja y en cada producto se estaría colocando la información necesaria de cada emprendimiento para un posible contacto a futuro.

La idea conlleva mucha logística y comunicaciones de un emprendedor a otro, y tener todo listo para generar la satisfacción al cliente, se decide llevarlo a cabo por medio de un prefactibilidad porque de esta forma se estaría velando por conocer el nivel de éxito que la idea tendría, por medio de los diferentes estudios que se deseen aplicar que entre ellos estaría el estudio de mercado, que para este proyecto es muy importante conocer que tan aceptado será el producto, quienes los comprarían, con qué frecuencia y entre otras características, elaborar un estudio técnico, estudio legal, ambiental y un estudio financiero para valorar los resultados numérico con una combinación de los estudios anteriores.

## **Objetivos de la investigación**

### Objetivo general

Determinar la prefactibilidad para la creación de una empresa de distribución en Ciudad Quesada de productos como jaleas y panes caseros elaborados por productores y artesanos de la zona de San Carlos.

### Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado respecto al comportamiento de la oferta y la demanda existente en Ciudad Quesada para la distribución y aceptación de los paquetes o menús de productos caseros, para el segundo semestre 2021.
- Determinar los requerimientos técnicos, organizacionales, legales y de impacto ambiental, para la distribución de los productos, para el segundo semestre 2021.
- Evaluar la prefactibilidad económica del proyecto por medio de un estudio financiero con proyección de 5 años, respecto a componentes asociados a la distribución del producto, para el segundo semestre 2021.

## **Pregunta de investigación**

¿Cuál es la prefactibilidad para la creación de una empresa de distribución en Ciudad Quesada de productos como jaleas y panes caseros elaborados por productores y artesanos de la zona de San Carlos?

## **CAPITULO II: Revisión de literatura**



En este apartado se desarrollarán los principales temas o conceptos que serán de gran ayuda para poder llevar a cabo el proyecto, la finalidad de este capítulo es que le lector conozca los conceptos que se usarán en el desarrollo de la investigación.

## **Emprendedor**

Existen diferentes opiniones respecto a la definición exacta del término emprendedor, sin embargo, Alcaraz (2011) lo contextualiza como aquella persona que toma el emprendimiento como una forma de vida y que se basa en la lucha de que sus sueños se hagan realidad. El emprendedor tiene la facilidad de crear e innovar para realizar negocios que sean exitosos, desarrollando nuevas ideas para el mercado.

### Características de las personas emprendedoras

Cada persona emprendedora es distinta, es por ello que las características también son diferentes para cada uno de ellos, es así como Parra et al. (2017) mencionan algunas características que pueden estar presentes en los emprendedores.

- Creativas
- Visionarias
- Optimistas
- Constantes
- Comprometidas
- Capacidad de liderazgo
- Cooperativas
- Capacidad de riesgo

- Sentido de oportunidad o de negocio

Para fines del proyecto, es importante destacar que es ser una persona emprendedora de esta forma, se logra ubicar al lector con conceptos básicos que se usarán en el desarrollo de la investigación y que, a su vez, se reconozca cuales son las principales características para identificarlos.

#### Tipos de emprendimiento

Un emprendedor se puede caracterizar en cinco diferentes áreas por lo que Sanabria (2010) hace referencia primeramente al emprendedor empresarial, que en este caso es aquel emprendimiento que identifica nuevas oportunidades de negocio y que este le puedan brindar un beneficio económico y rentable a largo plazo, su característica principal es que tiene la capacidad de encontrar fallas en procesos ajenos y sacar ventaja de esto para generar innovación en la idea de negocio que quiere llevar a cabo.

Seguidamente, se encuentra el emprendimiento laboral, este tipo de emprendimiento es similar al anterior, sin embargo, es mejor conocido como intraemprendedor, debido a que no tiene deseos de crear nuevas empresas, en cambio este busca el crecimiento interno de la organización, por lo que las propuestas giran en el entorno de la organización.

El emprendimiento académico se identifica por estar presente en el caso de docentes e investigadores, que en este caso no buscan el beneficio económico sino, el beneficio del conocimiento, ya que se dedican a cuestionar lo realizado, buscar nuevas teorías y crear métodos de formación, por lo que el principal objetivo de este

emprendimiento es brindar soluciones o respuestas a los problemas que pueden tener otras personas.

La finalidad del siguiente emprendimiento es el mejoramiento y crecimiento principalmente de la comunidad o de un grupo de personas, las personas encargadas de este emprendimiento buscarán siempre el bien común y no el personal, y que crean proyectos o fundaciones sin fines de lucro, debido a esto, son reconocidos como emprendedores sociales.

Finalmente, se menciona al emprendimiento solidario, el cual se asemeja al emprendimiento empresarial, ya que busca generar nuevas ideas con una buena rentabilidad, sin embargo, la diferencia de este es que busca que los beneficios obtenidos del emprendimiento sean dirigidos a un grupo de personas.

Por medio de los diferentes tipos de emprendimientos mencionados anteriormente se logra identificar que, para fines del proyecto, el tipo de emprendimiento que más se adapta es el empresarial, debido a que surge de una idea nueva y que uno de sus objetivos es lograr rentabilidad principalmente a largo plazo.

#### Idea de negocio

Una idea de negocio es aquello que existe en la mente, ya sea real o potencial y que se puede originar por una idea propia o bien, por medio de la idea de otros y que según Goicochea (2019) existen diferentes formas para la identificación de ideas de negocio a partir de la idea de otros; Indicando que la más común es por medio de la observación, que principalmente se aplica cuando conocemos el entorno y el

mercado de dicho emprendimiento ya que, se detecta cuál es el defecto del producto o servicio y se intenta mejorar la idea que ya existe.

La otra forma es por medio de la experiencia laboral que se haya adquirido ya que esto le permitirá a la persona implementar el negocio con la experiencia y conocimiento previa, sobre un producto o servicio específico, Goicochea (2019).

## **Formulación y evaluación de proyectos**

Para el desarrollo de la formulación y evaluación de proyectos Rodríguez et al. (2019) mencionan que se deben seguir cuatro etapas para el buen desarrollo del proyecto, por lo que a continuación se mencionan estas cuatro etapas.

### **Estudios preliminares**

En esta etapa lo más importante es realizar exhaustivas revisiones sobre investigaciones, ensayos, reglamentos, ya sean patentes, literatura tecnológica o entre otro tipo de revisiones que así lo requiera el proyecto. Asimismo, se requiere realizar una investigación respecto a la disposición de insumos o los proveedores existentes en el mercado.

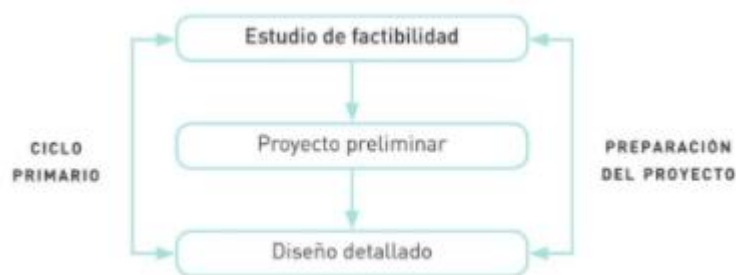
### **Prefactibilidad**

En esta segunda etapa se espera efectuar un análisis de la comparación que se realizó de diferentes enfoques del proyecto. Con el estudio de prefactibilidad se propone con mayor definición el perfil del proyecto, de esta forma, tomar las mejores decisiones para la inversión.

## Estudio de ciclo primario o preparación

En el estudio de ciclo primario se valoran 3 etapas consecutivas que deben ser contempladas de forma coherente y consecutiva. La primera etapa es el estudio de prefactibilidad, seguido de este el proyecto preliminar y por último de esta etapa el diseño detallado

Figura 1: Estudio de ciclo primario o preparación



Fuente: Extraído de Rodríguez et al. (2019).

## Estudio de ciclo secundario o implementación

Al llegar a esta etapa se considera el tiempo y el dinero que se necesitará para equipo y maquinaria de producción, asimismo, se realiza un posible presupuesto ya sea de la producción o materiales que se necesitan para dar inicio con el proyecto.

## Estudio de mercado

Por medio de la definición dada por Nuño (2017) un estudio de mercado consiste en “analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto.” (párr.3)

Asimismo, Sapag et al., (2016) menciona que realizar un estudio de mercado no solo vela por determinar la oferta, demanda y precios del proyecto, sino que

también permite ver más allá, tener una visión a largo plazo, crear mejores estrategias de mercado, diferentes políticas y llevarlo a cabo para la comercialización del producto o servicio.

## **Conceptos básicos de mercadeo**

### **Mercado**

El mercado según Rodríguez (2006) menciona que es “el conjunto de personas y organizaciones que tienen una necesidad que puede satisfacerse a través del uso o del consumo de un producto determinado, que tienen o podrían tener el deseo de comprarlo, y que disponen de la capacidad adquisitiva para ellos” (p.30).

Por lo que gracias a la definición anterior se puede ejemplificar que el mercado está compuesto por todos aquellos posibles compradores potenciales, que tiene la capacidad para adquirir el bien o el servicio, sin embargo, el mercado está constituido por el conjunto de vendedores y compradores que se encuentran interactuando.

### **Cliente**

Para el análisis de mercadeo el cliente es considerado el elemento más importante de este, ya que será el comprador y consumidor principal del producto o servicio que la empresa ofrecerá por lo tanto, por ello es que se menciona que decir que el cliente es la razón de ser de toda empresa. Asimismo, Sapag & Sapag (2008) clasifica al cliente en dos grandes grupos, el primer grupo de clientes es el consumidor institucional, que se caracteriza por tomar sus decisiones basado en las principales características del producto: la calidad, el precio, color, forma, los requerimientos para su uso, garantía, entre otros. Como segundo grupo de clientes se encuentra el consumidor individual que basa sus decisiones en variables emocionales, como la moda, la exclusividad, entre otros.

## Demanda

La demanda que el producto tiene dependerá de variables tanto internas como externas de la organización. Se considera que entre los principales factores que pueden afectar la demanda se encuentran: el precio del producto, necesidades y deseos del consumidor, preferencias del consumidor, ingreso del consumidor, bienes sustitutos o complementarios, entre otros. Por lo que realizar el análisis de la demanda es uno de los aspectos esenciales del estudio de proyectos, Rodríguez (2006) menciona que la demanda se da “cuando el consumidor formula expresamente su voluntad de comprar un producto y tiene la capacidad requerida para adquirirlo” (p.29).

Sapag & Sapag (2008) explica que los cambios de precios de otros productos diferentes al bien de la organización en estudio, pueden afectar la cantidad demanda del producto. Por lo que se explican tres clases de productos:

- a) Bienes sustitutos: Son aquellos bienes que tienen características similares al bien del proyecto en estudio, por lo que los clientes podrían optar por el consumo de estos bienes, disminuyendo así el consumo del bien del proyecto.
- a) Bienes complementarios: Son aquellos productos que se deben de consumir con otro producto, por lo que el aumento en el consumo de uno, aumentará la demanda del otro.
- a) Bienes independientes: Son todos aquellos bienes que no tienen relación entre sí, por lo que un aumento o una disminución en el precio del producto, no afectará la demanda del otro bien.

## Oferta

Para Bernanke y Frank, (2007) la oferta está representada por “la curva que muestra la cantidad de vendedores que desean vender un bien a cada precio”. La

investigación de la competencia es un tema que debe de tomar relevancia suficiente en un proceso de evaluación y formulación de proyectos, por lo que, dentro de los aspectos más importantes al evaluar la oferta se encuentran los siguientes puntos:

- Productores
- Localización
- Calidad y precio de los productos
- Posibilidades de expansión
- Atributos u debilidades de los productos

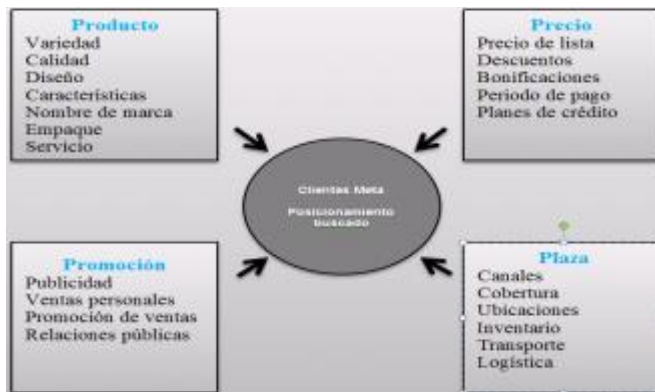
#### Mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia hace referencia según Kotler y Armstrong (2012) a las herramientas de mercado que se utilizan en la organización para estudiar la satisfacción, deseos y necesidades del mercado, usualmente se logra identificar cuatro principales conceptos que componen la mezcla de mercadotecnia, conocidas como las 4p's. A continuación, se describen cada una de ellas.

- **Producto:** Se refiere a la combinación de bienes y servicios que se colocan a disposición de un mercado meta.
- **Precio:** Es la cantidad en dinero que el cliente deben pagar por el bien o servicio ofrecido.
- **Plaza o distribución:** la forma o medio por el cual el producto o servicio se coloca a disposición de los principales clientes.
- **Promoción:** Diferentes actividades para lograr la atracción de los clientes.



Figura 2: Las 4p's de la mezcla de mercadotecnia



Fuente: Kotler y Armstrong (2012)

## Estudio técnico

Es importante conocer y determinar aspectos que sean considerados de relevancia con el fin de definir si el proyecto es viable o no, en otras palabras, si la idea de negocio realmente rendirá frutos a corto o largo plazo, es por esto que el estudio técnico tiene por objetivo "...proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área" (Sapag et al., 2014, p.32). Por consiguiente, por medio del estudio técnico se valoran variables técnicas, como maquinaria, aspectos operativos, recursos disponibles para la producción, entre otras, con esto se permitirá clasificar los requerimientos necesarios y conocer así el costo de los mismo para llevar a cabo el proyecto.

### Tamaño del proyecto y capacidad productiva

La demanda es una de las variables más importantes para considerar el tamaño del proyecto por lo que Sapag & Sapag (2008) menciona que "La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto." (p.181). Por consiguiente, al realizar el estudio de esta

variable se podrá determinar costos asociados en la inversión inicial, asimismo, establecer, la maquinaria, personal, herramientas que se requieran para llevar a cabo el proyecto.

De igual forma, los autores mencionan algunos factores que podrían determinar el tamaño del proyecto, los cuales son:

- Cantidad demandada: proyectar este factor, determinará el tamaño del proyecto.
- Localización del proyecto: el área de cobertura determinará de gran manera la extensión del proyecto.
- Estrategia de crecimiento: dependerá del plan creado como desarrollo empresarial.

Uno de los factores para lograr determinar la capacidad productiva del negocio, es realizar un análisis previo de la tecnología que será utilizada, debido a que en muchas ocasiones la tecnología con la que se cuenta inicialmente puede perjudicar el inicio o el desarrollo del proyecto. De esta forma, se puede analizar la posibilidad de invertir en tecnología avanzada y de calidad para evitar eventualmente una nueva inversión por el uso de tecnología no adecuada.

#### Localización

La ubicación para llevar a cabo el proyecto es, según Sapag (2011) aquella que logre maximizar el cumplimiento de los objetivos propuestos en el proyecto y que a su vez logre cubrir la cantidad de población para lograr la mayor rentabilidad. Asimismo, Sapag (2011) menciona que existen diversos factores que deben ser considerados para la localización. Entre ellos están:

- Entorno del proyecto.
- Aspectos ambientales.

- Mercado que se desea atender.
- Transporte y accesibilidad de los usuarios.
- Costos y disponibilidad de terrenos o edificaciones.
- Regulaciones legales para la instalación de empresas.
- Condiciones topográficas, condiciones climáticas, calidad del suelo, disponibilidad de agua.

#### Proceso productivo

El proceso productivo puede darse en diferentes maneras dependiendo la estrategia definida por el negocio. Puede brindar una producción por pedidos, en serie o por proyectos. Sapag & Sapag (2008) describe que “el proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.)” (p.145).

### **Estudio organizacional**

El estudio organizacional según Chiavenato (2018) garantiza la competitividad y sustentabilidad de la empresa por lo que, tiene como enfoque principal considerar los aspectos principales de la organización, como lo es realizar la misión, la visión y el desarrollo del organigrama, además en este apartado se definen los objetivos a largo plazo.

Asimismo, por medio del estudio organizacional se analiza y realizan los requerimientos administrativos, en el cual se toman en cuenta los aspectos de personal, equipo, mobiliario y materiales, tecnología de información e inversión en capacitación. De igual forma, se enfoca en el desarrollo de los procedimientos que se

efectúan en la organización, como lo es la elaboración de los flujogramas de los principales procedimientos administrativos. Adicionalmente, en el presente estudio se puede realizar una descripción de las funciones de la organización por medio del desarrollo del manual de puestos.

#### Análisis administrativo

Según Chiavenato (2006) el análisis administrativo garantiza la eficiencia y eficacia de labores que se llevan a cabo en una organización, por lo que, en toda organización debe existir la necesidad de brindar las facilidades que ofrece el análisis administrativo para el logro eficiente de los objetivos propuestos. A su vez el análisis administrativo es una herramienta necesaria para identificar problemas y buscar soluciones que lleven al éxito.

#### Manual de procedimiento

Los manuales de procedimientos según Chiavenato (2020) son herramientas que son utilizadas por muchas organizaciones para la realización detallada del paso a paso que se debe seguir para realizar una tarea en específico de la forma correcta. Al mantener un manual de procedimiento se puede disminuir el proceso de inducción en la empresa ya que este debería estar completamente detallado, lo que permite a la nueva persona a tomar el puesto tener una guía minuciosa de la actividad que realizará.

### **Estudio legal**

Parte fundamental en el desarrollo de un proyecto, donde se busca determinar su viabilidad, es el estudio legal, puesto que éste muestra y brinda "...un marco regulatorio que genera costos al proyecto, por lo que influye sobre la cuantificación de sus desembolsos" (Sapag et al., 2014, p. 34).

Según el tipo de proyecto, se generan ciertas restricciones que pueden llevar al proyecto a no realizarse correctamente, es por medio de este estudio que se garantiza que la idea de negocio cumpla con todas las indicaciones legales que pueda conllevar.

## **Estudio Ambiental**

Con respecto a lo que mencionan Sapag et al., (2014), cuando se realiza un estudio ambiental en la formulación y evaluación de un proyecto se engloba toda aquella acción o procedimiento que durante el desarrollo y evolución del proyecto impacte de una u otra manera al ambiente, tomando en cuenta los costos que son ocasionados por el ambiente al igual que los beneficios que se obtiene a partir de ello.

Por tanto, se debe tomar en cuenta según menciona Viquez (2021), la legislación ambiental que se deba aplicar en el proyecto, los impedimentos o restricciones ambientales que impacten el proyecto, los permisos, trámites y requerimientos ambientales que se deban obtener en cuanto al campo ambiental y de igual manera a las inversiones que se incurren en el proyecto a causa de los aspectos ambientales.

## **Estudio Financiero**

Cabe destacar que este estudio es el último en realizarse, esto se debe a que el mismo depende de los estudios previamente realizados. El estudio financiero tiene como finalidad "ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad" (Sapag et al., 2014, p. 34).

A raíz de lo anterior, es importante recalcar que en esta etapa se debe determinar si el proyecto es rentable para los posibles inversionistas, asimismo, a través de un estudio de sensibilidad se puede calcular el riesgo de inversión del proyecto. Parte complementaria a lo antes mencionado es el nivel de financiamiento que requiere el proyecto, para esto es sumamente necesario el flujo de efectivo del proyecto, el cual contempla los costos, ingresos e inversiones calculadas en el estudio técnico.

### Finanzas

Las finanzas es el estudio del flujo de dinero entre los individuos, estados o empresas que analiza cómo se obtienen y gestionan los fondos necesarios para llevar a cabo un objetivo ya sea a manera individual o colectiva. Según Gitman (2006) las finanzas se definen como “el arte y la ciencia de administrar el dinero. Casi todos los individuos y organismos ganan o recaudan dinero y lo gastan o lo invierten. Estas se ocupan del proceso, de las instituciones, de los mercados y de los instrumentos que participan en la transferencia de dinero entre individuos, empresas y gobierno.”

Asimismo, en el estudio de prefactibilidad se debe de incluir una evaluación financiera del proyecto, esta consiste en determinar los ingresos y los gastos que se generarán para así definir cuáles serán las utilidades y beneficios de este.

### Inversiones del proyecto

#### a) Inversiones previas a la puesta en marcha

Las inversiones previas a la puesta en marcha se clasifican como inversión inicial, que se considera el efectivo total que la empresa debe aportar para dar inicio a su operación. Se pueden distinguir tres tipos de inversión inicial:

- Inversiones en Activos fijos

Sapag y Sapag (2008) describe que “la inversión en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”(p.259). Un ejemplo claro de activos fijos son terrenos e edificios.

- Inversiones en activos intangibles

Continuando con Sapag y Sapag (2008) las inversiones intangibles “son aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del negocio” (p.260). Un ejemplo de activos intangibles son las patentes municipales y las licencias y permisos de funcionamiento.

- Inversión en Capital de Trabajo

Para asegurar que la organización pueda funcionar sin ningún problema Sapag y Sapag (2008) menciona que, “La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo” (p.252).

#### b) Inversiones durante la operación

Al mismo tiempo de las inversiones previas a la puesta en marcha del negocio, se debe realizar un análisis de las posibles inversiones durante la operación del negocio, como de remplazo de equipo de oficina, maquinaria o bien para ampliar el negocio o capacidad requerida.

#### Flujos de caja del proyecto

Los flujos de caja en un proyecto son de gran importancia y así como Sapag (2008) hace referencia por lo que se considera uno de los elementos más importantes del estudio, ya que por medio de la evaluación de este, se evaluarán los resultados para la toma de decisiones. Para la proyección del flujo de caja se toman en cuenta

los estudios previos como, el estudio de mercado, técnico y organizacional y además, agregar datos necesarios como para datos tributarios de depreciación, amortización, valor residual y entre otros.

#### Indicadores Financieros

En el estudio de las inversiones, se debe considerar el valor del dinero en el tiempo por lo que Sapag y Sapag (2008,) mencionan que la consideración de los flujos en el tiempo debe definir una tasa de interés adecuada para la representación de dos sumas de dinero en dos periodos diferentes.

A continuación se muestran los indicadores financieros a aplicar:

- a) Valor actual neto (VAN): el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual, por lo que, el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero.
- b) Tasa Interna de Retorno(TIR): La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo.
- c) Periodo de Recuperación (PR): Es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, Se calcula por medio de la entrada de efectivo.



## **CAPITULO III: Metodología de la investigación**

En el presente apartado de marco metodológico se definen y detallan cuáles serán los lineamientos a seguir para el desarrollo de la investigación, temas como el enfoque y diseño de la investigación, unidad de análisis, población y muestra estimada, además, se detallan las variables en estudio y finalmente la estrategia de análisis de los datos.

## **Enfoque de investigación**

El enfoque de investigación aplicado a este proyecto es un enfoque mixto, ya que gracias a este enfoque se logra contemplar factores tanto cuantitativos como cualitativos, por lo que, con datos cualitativos se puede estudiar el nivel de competencia, la intención de compra de los clientes, productos sustituto al que se ofrece en el proyecto, trámites legales o de la formalización del negocio, canales de distribución, asimismo, con los datos obtenidos del análisis cualitativo se obtiene información respecto a la proyección de costos, ingresos, flujo de caja, estimación de la demanda, entre otros, que permitan ver la viabilidad del emprendimiento que está siendo estudiado.

El enfoque aplicado se observa en los cinco estudios que se realizan, el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio administrativo o legal, estudio de impacto ambiental y finalmente el estudio financiero.

## **Diseño de la investigación**

El diseño de esta investigación se realizará por medio del alcance exploratorio, ya que con este tipo de investigación se recolecta y explora algunos antecedentes generales, temas, datos numéricos y entre otros, con el objetivo de analizar esta información y que funcione como medio para la toma de decisiones del proyecto.

Además, se utiliza el alcance descriptivo, debido a la forma de recolección específica que se puede obtener de este y que sean sometidos a análisis. Por lo que, al realizar un estudio de prefactibilidad y por medio de este alcance se puede obtener una clara descripción de cada uno de los procesos que se desarrollan durante el proyecto.

Asimismo, se relaciona con el método de tiempo transversal, ya que el proyecto se realizó en un momento específico que, en este caso es el segundo semestre 2021. Sin embargo, para fines de proyecciones realizadas se estará estimando estudios proyectados a cinco años, con el objetivo de analizar el comportamiento y los posibles cambios a través del tiempo.

## **Unidad de análisis**

La unidad que se propone a análisis son principalmente personas mayores de 25 años y que generen sus propios ingresos ya sean asalariados o trabajadores independientes, personas del sector público o privado, además estas personas deben residir en Ciudad Quesada y alrededores de la zona, se toma en cuenta aquellas personas, solteras, casadas, en unión libre, divorciadas o viudas; asimismo, se considera en el estudio a cualquier persona independientemente del género.

## **Población y muestra**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y censos, para el 2017 se encontraba una población en Ciudad Quesada de un total de 44 214 habitantes distribuidos en 22 763 hombres y 21 451 mujeres además, considerando que se tome en cuenta lugares como Florencia (17116), La Tigra (7 332), La fortuna (17809) y Aguas Zarcas ( 23 509) se obtiene lo siguiente:

## Población por lugares

Población por lugares	
Lugar	Cantidad
Quesada	44 214
Florencia	17116
La Tigra	7 332
La Fortuna	17809
Aguas Zarcas	23 509
TOTAL	109 980

## Datos previos a la realización de la muestra

Estimación de muestra	
N	109980
K	1.65 (90%)
E	5%
p=q	0.5
N	272

A continuación, se definen las variables para la estimación de la muestra.

**N:** Tamaño de la población a estudiar, los posibles encuestados para la realización del proyecto es de 109980.

**K:** Esta constante depende del nivel de confianza que se establezca, para efectos del proyecto será un 90% de confianza con un K de 1.65.

**e:** Representa el error muestral, para fines del proyecto el error muestral deseado será de 5%.

**q:** Es la proporción de la población que no posee las características que se desean por lo que se define como 1-p, que en este caso p se valora como dato desconocido ya que no sabemos cuánto de la población posee las características.

**n:** tamaño de muestra, para el proyecto el total de personas a encuestar.

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

Sustitución de valores proporcionados en la primera tabla:

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5 * 109980}{(0.05^2 * (109980 - 1)) + 0.05^2 * 0.5 * 0.5}$$

$n = 272.25$  muestras a aplicar.

Los datos arrojados por la fórmula fueron de 272, sin embargo, por mutuo acuerdo con el emprendedor se estableció que se aplicarán 100 encuestas, las cuales serán enviadas a diferentes personas que habiten en los sectores mencionados.

## VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1: Variables para la investigación:

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional
Oferta	La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía (Pedrosa, 2019).	Se evalúa mediante las preguntas 8, 10 y 13.
Demanda	El significado de demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, ya sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, con el fin de cumplir con los deseos o necesidades de las personas (Peiró, 2015).	Se evalúa mediante las preguntas 1, 5, 7, 12, 15, 16, 19.
Precio	Es la cantidad de dinero que los consumidores dan a cambio de los beneficios para tener o usar el producto o servicio. (Thompson, 2005).	Se evalúa mediante la pregunta 6.
Costos	Se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica (Sánchez J, 2016)	Se estimará en base a los costos de cada producto los datos serán proporcionados por el emprendedor.
Presentación	La presentación es la forma en que las personas verán o percibirán la idea, proyectos, productos o servicios expuestos (Mera, 2005).	Se evalúa mediante la pregunta 14.
Distribución	Es la colocación del producto a disposición de los clientes potenciales y no potenciales, debe tomar en cuenta los canales para concretarlo (generalista, selectivo, corto o largo, tiendas físicas o virtuales) (García, 2016).	Se evalúa mediante las preguntas 11, 20, 22.

Personalización	Esto toma en consideración la forma del producto que incluye, además, la decoración, color, textura, peso, y hasta la temperatura (Bedolla, 2002).	Se evalúa mediante las preguntas 17, 18.
-----------------	--	--

## **Estrategia de análisis de los datos**

Para la recolección de información de calidad y veraz, se espera utilizar encuestas que serán enviadas por las redes sociales como principal método ya que por este medio se podría obtener una respuesta rápida de los usuarios, cabe destacar que el software que se utilizará para la creación y respuesta de las encuestas será Google Form, una vez recolectada la información se procederá al análisis de las respuestas por medio de la herramienta de Excel, en el cual se espera detallar tablas, cuadros y gráficos para la interpretación de la información. Otro método a utilizar será el de las reuniones por diversas plataformas, ya sea por Zoom, Google Meet, Teams y llamadas por WhatsApp.

## **CAPITULO IV Estudio de mercado**



El presente capítulo considera un análisis detallado sobre la situación actual en el mercado para el posicionamiento exitoso de la nueva empresa de distribución, con el objetivo así de establecer la viabilidad del proyecto desde el punto mercadológico, de esta forma, para el debido análisis se realizó una encuesta en la cual se obtuvieron 153 respuestas, con las cuales se espera valorar la aceptación del producto.

## **Análisis del mercado**

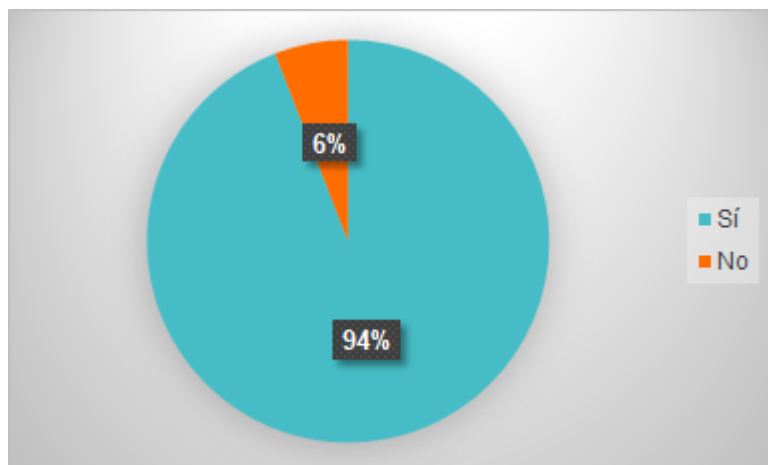
La idea de negocio que se llevará a cabo se cataloga en el análisis de mercado como libre competencia ya que, cada unidad productiva que brinde este tipo de producto, rige básicamente por la fuerza del mercado, es decir, existe libre participación y elección tanto de los productores como de los consumidores.

### Análisis de demanda

El análisis de la demanda para llevar a cabo la idea de negocio se realizó por medio de la investigación de mercado que se basó en recopilación de información de una encuesta a 153 personas y la cual contiene 22 preguntas, estas preguntas tenían como objetivo recolectar la información más relevante respecto al mercado meta, la aceptación del producto, factores que son de gran importancia para la determinación de la demanda, entre otros.

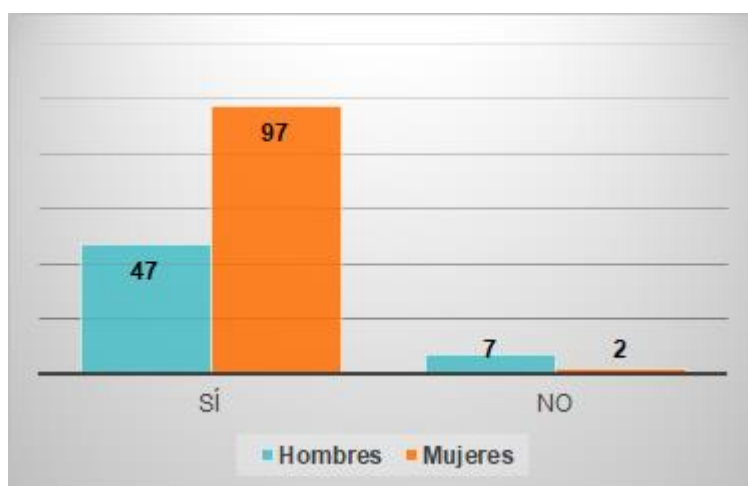
A continuación, se presentan los gráficos con la información de más relevancia.

Figura 3: Aceptación del producto



De las 153 personas encuestadas, quienes respondieron a la pregunta ¿De existir una empresa que venda productos artesanales comestibles con entrega a domicilio estaría dispuesto a comprarle? 144 de ellos respondieron que sí estarían dispuestos, 9 personas respondieron negativamente, sin embargo, el porcentaje de respuestas afirmativas es bastante alto por lo que permite mantener las expectativas del proyecto para llevarlo a cabo.

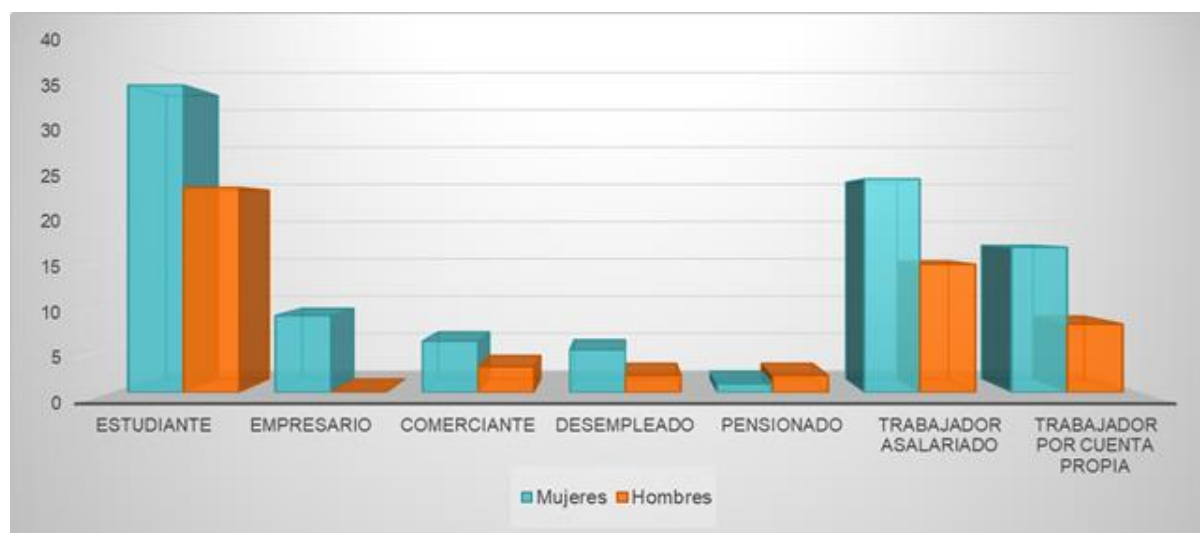
Figura 4: Aceptación del producto según preferencia sexual



De las personas que respondieron la encuesta y como se había mencionado en la figura 3 la mayoría de personas eran mujeres, del total de mujeres (99), 97 de

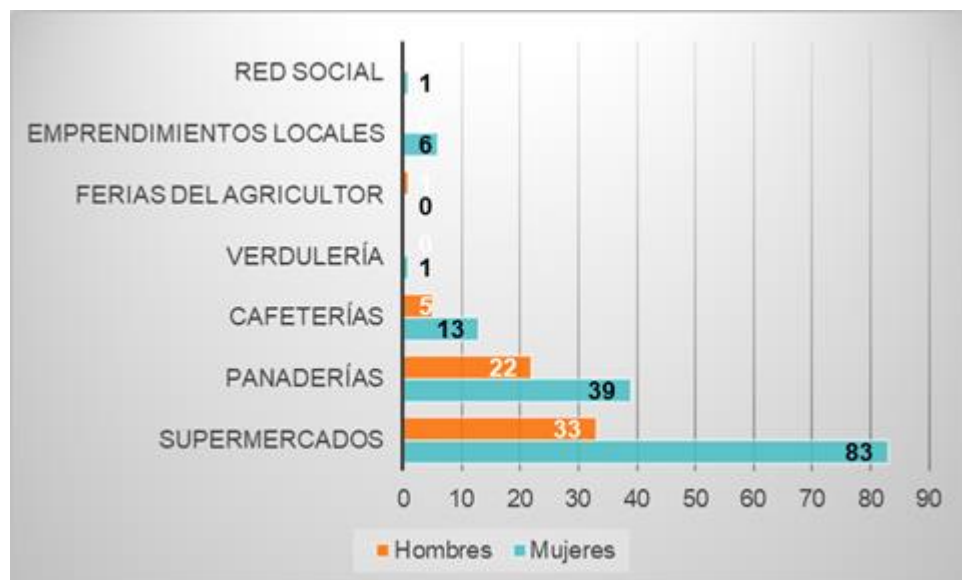
ellas aceptaban la propuesta sobre la nueva idea de negocio, sin embargo 2 de ellas rechazaron la idea, asimismo, en el caso de los hombres (54) hubo una gran respuesta a favor, 47 hombres aceptaron la idea y de esos 54 hombres, 7 no les agradó la idea por lo que también la rechazaron. Según los resultados arrojados, la idea de negocio sería bien aceptada y especialmente por mujeres.

Figura 5: Ocupación según preferencia sexual



De las respuestas obtenidas que mayoritariamente son mujeres, entre las ocupaciones que más se destacan son, estudiantes, trabajador asalariado, trabajador por cuenta propia, empresarias, los hombres se encuentran en las mismas ocupación y con el mismo orden de ocupación, caso contrario son las personas pensionadas, aquí hubo más respuestas de parte de los hombres que de mujeres, siendo así y valorando cada una de las opciones, se puede considerar que existe la posibilidad de llegar a cada uno de ellos tomando en cuenta la ocupación y adaptando el producto final según a lo que se dediquen

Figura 6: Lugar de compra preferido según género



Como se menciona en uno de los análisis previos a este, hubo una mayor respuesta por parte de las mujeres, en este caso, fueron ellas quienes prefieren comprar los productos que se han ofrecido en supermercados, panaderías y cafetería principalmente, por lo que, cabe destacar que para llegar a este segmento se debe considerar esta preferencia de lugar de compra, de igual forma, los hombres han seleccionado las mismas opciones siendo también el supermercado como mejor opción para lugar de compra, seguido de panaderías y cafeterías.

#### Estimación de la demanda futura

Para realizar la demanda futura se utilizaron los siguientes criterios:

- Se realiza la proyección para los años comprendidos entre 2022 al 2026.
- Para la estimación de la demanda, se utilizaron los datos que se obtuvieron de la encuesta aplicada a 153 personas.

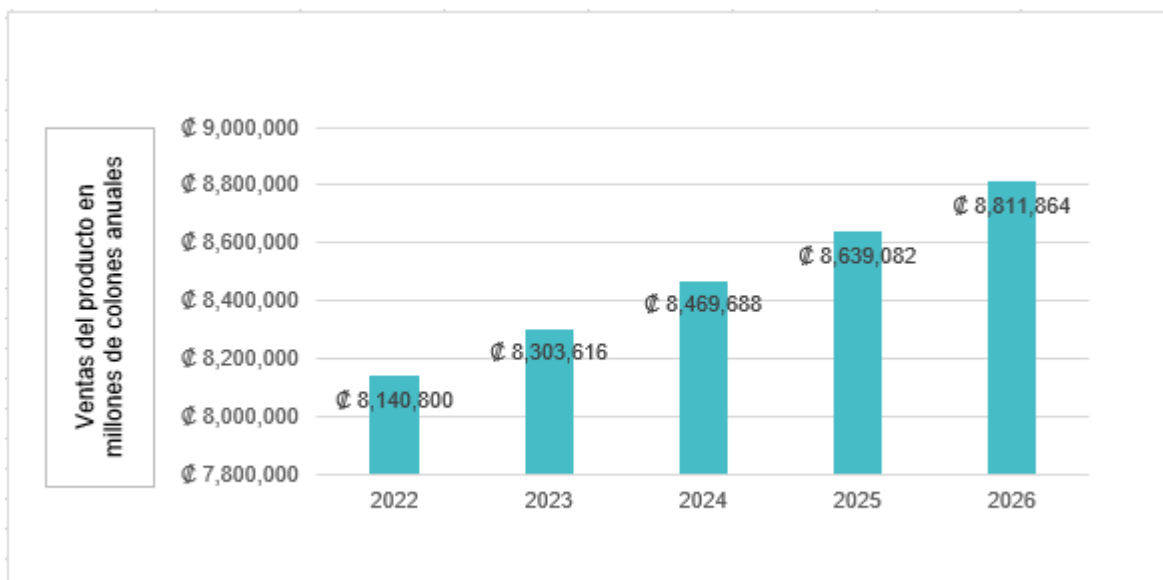
- De las 153 respuestas un 94.1% afirmó aceptar el producto propuesto, de este resultado hubo mayor respuesta ante la compra de una vez por semana, un 40.2% (53 personas) tomando así este dato, para realizar la estimación.
- Desde un criterio conservador se contempla usar un 80% de la población que sí aceptaría el producto y compraría mínimo una vez a la semana.
- Por ende, se estima que para el primer año exista una demanda anual de 2035 personas, y con un crecimiento anual del 2% cada año.

Tabla 2: Proyección de demanda futura

	2022	2023	2024	2025	2026
Demanda	2035	2076	2117	2160	2203

- En la siguiente ilustración se muestran gráficamente los datos obtenidos.

Tabla 3: Ventas respecto a proyección de demanda futura



### Caracterización y comportamiento de los consumidores

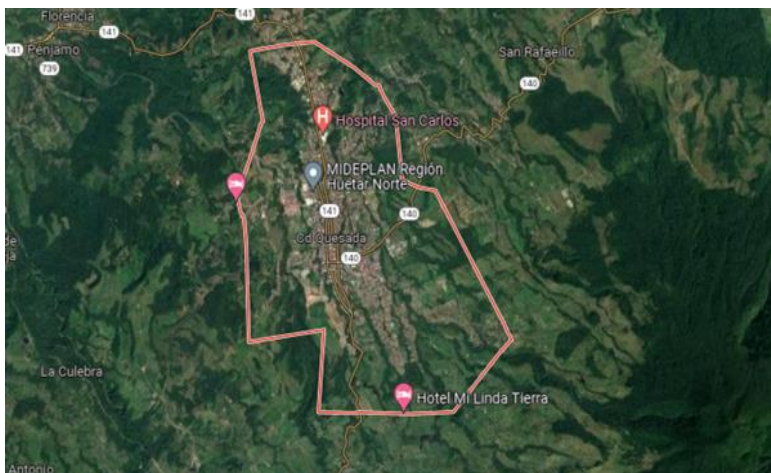
A continuación, se presentan las principales características del mercado objetivo:

## Perfil del cliente

- Mujeres en un rango de edad que va de los 18 a los 35 años.
- Hombres en un rango de edad de entre 18 y 25 años.
- Estudiantes universitarios
- Trabajadores asalariados.
- Con un nivel de ingreso promedio que va desde los 20.000 hasta los 600.000 mil colones.
- Adquieren los productos que se ofrecieron una vez a la semana
- El lugar principal de compra son los supermercados
- Prefieren adquirir el producto para celebraciones especiales como: navidad, cumpleaños, amigo secreto.
- Prefieren realizar el pedido por medio de WhatsApp.

## Zona de influencia

*Figura 7: Mapa de Ciudad Quesada, Alajuela*



Fuente: Google.com (2021)

Ciudad Quesada cuenta con una población de 44 214 habitantes, según el INEC (2017) de los cuales hay 22 763 hombres y un total de 21 451 mujeres. Además de esto, en la zona de Ciudad Quesada existe una gran actividad emprendedora, las personas buscan aún más lograr la independencia laboral y generar más empleos por medio de estos emprendimientos.

## **Oferta**

Por medio del estudio de mercado que se realizó para el proyecto propuesto y valorar la viabilidad del mismo, este cuenta con un principal competidor, que serían los supermercados.

De la información recolectada, los encuestados mencionaron que la adquisición de los productos como queques, pan dulce, pan salado, jaleas, ,mantequilla de maní o cacao, miel de abeja y entre otros que se expusieron ante los encuestados, era más frecuente adquirirlo en supermercados o bien con algunos emprendedores, sin embargo, en este punto de adquisición, no se vende un producto específico que contenga varios sub productos de diferentes emprendedores de la zona, como se ha venido llamando “la caja de productos” que esta nueva idea de negocio pretende ofrecer.

Como se ha mencionado anteriormente, la idea pretende ofrecer los productos en el centro de Ciudad Quesada y alrededores por lo que a continuación se mencionan algunos de los supermercados que son más reconocidos en la zona y que serían la principal competencia.

1. Supermercado El Parque
2. Super Sancarleño
3. Supermercado San Roque

4. Supermercado Su Casa
5. Supermercado Global
6. Supermercado Compre Bien San Carlos
7. La Canasta Básica
8. Supermercado La Esperanza
9. Super El Cruce
10. Pali
11. Walmart

Por lo que, debido a los resultados de aceptación del producto, se espera trabajar con una capacidad instalada de producción de alrededor de 60 cajas semanales, las cuales serán distribuidas por días de entrega conforme el cliente las haya solicitado.

## **Producto**

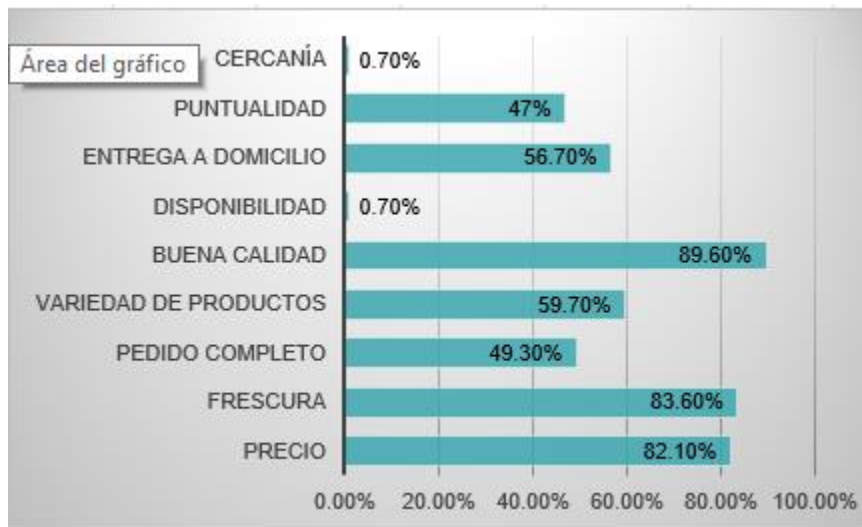
### a) Tipo de bien

Para efectos del proyecto, se considera un producto de consumo final, debido a que el producto final (la caja) contendrá sub productos elaborados por productores de la zona que serán consumidos directamente por el cliente en un tiempo definido antes de su deterioro.

Es importante conocer cuáles son las características que los clientes desean obtener en el producto final por lo que, los 134 encuestados que respondieron afirmativamente, tomaron en cuenta las siguientes consideraciones para aceptar el producto final, destacando así que los productos deben ser frescos y de muy buena calidad, por ende, el precio también es un factor importante a considerar.



Figura 8: Principal selección de características, por los encuestados



b. Usos

El producto final tiene el uso de ser un alimento por lo que este funcionará como un comestible que podrá ser el pedido para ser entregado a la misma persona que lo solicita o bien como un regalo o presente a una tercera persona.

c. Usuarios

La oferta del proyecto se orienta al consumidor final que en este caso serían aquellas personas que deseen adquirir variedad de subproductos (panes, jaleas, dulces, entre otros) en porciones individuales por medio de una única entrega y con una presentación personalizada.

De igual forma, el producto se puede ofrecer a organizaciones, empresas o entidades gubernamentales ya que existe la posibilidad de que estos realicen pedidos para entregarlos a sus colaboradores o para reuniones.

d. Productos sustitutos

Para la caja de productos que se ofrecerá, directamente se considera que no existen otro producto parecido al que se ofrece, sin embargo, si se realiza una comparación con lo que ofrece el mercado y los productos que contiene la caja, sí los hay, por lo que en el mercado se pueden encontrar estos mismos, en mayor cantidad lo cual el cliente puede preferir comprar un tipo de pan, por ejemplo, a comprar una caja que contiene diferentes panes con porciones menores.

e. Productos complementarios

Como se ha mencionado, el cliente tendrá la opción de elegir cuáles productos (panes) le gustaría recibir en la caja, al ofrecer solamente la opción de comida, se considera como productos complementarios las bebidas, el cliente podría buscar complementar el producto con bebida natural, café, té, refrescos gaseosos u otros.

## **Precios**

Para estipular el precio del producto se estimarán los costos de producción, además de eso, se está sujeto también a los cambios que puedan ocurrir en el momento de la compra de materia prima ya que, de eso depende también el precio del producto final. Por consiguiente, se ha estimado un posible precio que se valorará si puede ser aceptado por el cliente, ofreciendo lo siguiente:

Presentación Básica: El cliente podrá elegir una bolsa pequeña de café molido, un pan salado (bagel, biscuit, pan de masa madre o cangrejo), un pan dulce (zanahoria, manzana, naranja), un frasco con jalea de frutas, un frasco con miel de abeja, crema de cacao, o mantequilla de maní, granola y si existe la posibilidad, alguna fruta de temporada que no se dañe, como manzanas, granadillas, uchuvas. Como sustituto de la fruta, podría usarse fruta deshidratada como las que tiene a la

venta la marca PureJoy. Esto se estima en un precio de entre ₡4.000 y ₡4.500, más el envío.

Presentación Especial: En términos de productos es similar a la presentación básica, sin embargo, cuenta con variaciones como: chocolate en polvo con Marshmallow (malvaviscos), chocobombas, queque de frutas (queque navideño), salsas, chileros y vinagretas, cup cakes, etc. Este tipo de presentación se puede utilizar en fechas especiales (navidad, día del padre o de la madre, cumpleaños u otros) o como regalos de empresas. El precio estaría estimado entre ₡5.500 y ₡6.500, según la cantidad de productos.

Además, para tomar en cuenta a los clientes que consumen solamente productos son azúcar o libres de gluten, existirían un menú para este segmento de clientes y el precio tendría una pequeña variación.

## **Comercialización**

### **a. Cadena de comercialización.**

Para la puesta en marcha de la idea de negocio se planea un canal de comercialización, este sería de forma virtual, y por el momento el principal canal.

De primera instancia, se contempla de forma virtual ya que, no habrá un lugar físico donde presentar el producto por lo que la idea principal es recibir correos, llamadas o mensajes de WhatsApp para realizar el pedido que deseen, de igual forma, para realizar la coordinación de la entrega final, se realizará el contacto por el mismo medio.

Asimismo, de forma virtual tendría la función de medio informativo, como por ejemplo un perfil de Facebook o Instagram para dar a conocer el producto. De igual

forma es posible también crear un sitio web para que las personas, empresas u organizaciones conozcan de la idea de negocio, puedan ver el catálogo de productos y realizar la compra correspondiente.

b. Posibles cambios para mejorar la distribución.

Conforme el negocio crezca, es posible establecerse en un local, ya sea en Ciudad Quesada o para ese momento, donde mayor sea la demanda, contratar a más personal para la distribución o bien, establecer días específicos de entrega.

c. Transporte

Respecto al transporte, existen 2 formas de realizar la distribución, las cajas de los productos se pueden transportar y entregar en un vehículo de los encargados de llevar a cabo la idea de negocio, de esta forma no se invertiría en la compra o alquiler de vehículo, asimismo existe la opción de contratar a alguna persona o empresa que realice servicio express en los alrededores de Ciudad Quesada.

d. Política de ventas

Respecto a las políticas de ventas que se proponen se encuentran que, las ventas solamente se realizarán de contado, mediante efectivo o por medio de transferencia bancaria. Queda prohibido completamente las ventas de crédito.

e. Promoción y publicidad

Una de las alternativas promocionales que más llama la atención de los posibles clientes potenciales son, las redes sociales o correo electrónico, por lo que, serían estos los principales medios en los que se tendría contacto con los clientes.

Para el uso del correo electrónico lo ideal sería mantener una base de datos de los clientes potenciales y nuevos clientes, con los gustos y preferencias de cada uno, para poder ofrecer el producto que posiblemente necesiten o deseen.

Respecto a las redes sociales, se recomienda utilizar Facebook, aunque es una red social que en la actualidad es menos usada, se puede encontrar gran parte del mercado meta en este medio, otra red social a utilizar podría ser Instagram o realizar videos cortos en Tik Tok, es una red social que ahora se está usando mucho y usando el contenido correcto podría ser de gran utilidad.

Algunas estrategias a aplicar como oferta promocional se recomienda:

- Descuentos a partir de una cantidad estipulada en una misma compra o bien aplicar un descuento menor cuando se haya acumulado una cantidad estipulada.
- Ofrecer productos estrellas a los clientes potenciales para que sean los primeros en obtenerlos en días festivos.

## **Abastecimiento y Proveedores**

Es importante definir para el proyecto la calidad, cantidad, precio de los insumos que se requieran para llevar a cabo el proyecto, para esto se realizó la consulta directa al representante de la idea de negocio, cabe destacar que ya existe un área de cocina de 3 metros cuadrados que está destinada y equipada para poder usar por lo que no se contempla dentro de la siguiente tabla que se presentará ya que no se requiere inversión para la misma.

Tabla 4: Materiales semanales

Materiales	Cantidad	Costo unitario (colones)	Costo total(colones)
Caja de madera	42 uds	¢2 000	¢84 000
Paq. de papel seda	10 uds	¢ 300	¢ 3 000
Frascos de vidrio 300g	42 uds	¢ 425	¢17 850
Frascos de vidrio 60g	42 uds	¢ 325	¢13 650
Papel encerado	1 ud	¢1 900	¢ 1 900
Cuchara plástica grande	1 ud	¢1 450	¢ 1 450
Cuchara de metal grande	1 ud	¢ 750	¢ 750
Cuchara de metal pequeña	1 ud	¢ 150	¢ 150
<b>TOTAL</b>	<b>140 productos</b>	<b>¢ 7 300</b>	<b>¢122 750</b>

Fuente: Elaboración propia basado en cotización almacén El REY.

f) Proveedores existentes

Como se ha mencionado anteriormente, los principales proveedores de la materia prima serán los emprendedores de la zona, no existe una lista estipulada de proveedores, sin embargo, por conocimiento propio, sí hay productores locales que podrían ser los proveedores principales de la empresa.

g) Contratos existentes

Respecto a los contratos, no existe ningún tipo de contrato realizado, por lo que es una idea nueva, conforme la empresa se involucre en el mercado, es muy probable que sí se lleguen a realizar contratos.

#### h) Reglas del mercado de proveedores

Por el momento no existen reglas del mercado de proveedores, por lo que las personas pueden incursionar y la empresa seleccionar a los proveedores que más sea conveniente, siempre en busca de excelencia y calidad de los productos.

#### i) Situación del recurso humano

Es claro que para toda empresa es vital el capital humano, por lo que en este caso se requerirá de contrataciones de algunas personas, que cumplan con los requerimientos necesarios para un buen desempeño, es probable que estas contrataciones sean por días o por algunas horas, esto se contempla más adelante en el estudio organizacional.

### Ingresos del proyecto

Para el cálculo de los ingresos del proyecto se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

- De acuerdo al estudio de mercado y siendo conservadores se estimó que los clientes potenciales serán de 170 unidades vendidas mensualmente.
- Estipulando un precio de 4000 colones por unidad, se estima un ingreso mensual de 678 400 colones.
- Asimismo, se estima un crecimiento anual del 2%, y que se espera que con el tiempo obtener mayor reconocimiento y atraer a más clientes.
- Por consiguiente, se estima por medio de la siguiente tabla la demanda y el ingreso generado anualmente durante los 5 años establecidos.

Tabla 5: Estimación de ingresos de proyecto

Año	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Demanda</b>	2035	2076	2117	2160	2203
<b>Ingresos</b>	₡ 8,140,800	₡ 8,303,616	₡ 8,469,688	₡ 8,639,082	₡ 8,811,864

### Costo de promoción y publicidad

A lo que refiere al costo de promoción y publicidad, se utilizarán las redes sociales o medios virtuales para mantener una comunicación directa con el cliente, de primera instancia se utilizarán medios no pagos, publicaciones desde el perfil de las redes sociales sin contratar algún paquete publicitario en estas, sin embargo, eventualmente, y conforme la empresa genere se destinará un monto que permita pagar por la publicidad, ya sea por redes sociales, carteles, banner, entre otros.



## **CAPITULO V: Estudio técnico**

El presente capítulo, analizará la parte técnica del proyecto, en el cual definirá el tamaño del proyecto, localización, el proceso productivo, el equipo o materiales requeridos para finalmente estimar los costos de inversión y de operación

## **Tamaño del proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto, se tomó en cuenta la demanda arrojada por medio del estudio de mercado, por lo que de primera instancia se estaría trabajando con la capacidad máxima instalada, de la cual se esperaría preparar aproximadamente 170 unidades mensuales. Debido a esto, se está basando en la cantidad de producto por unidad solicitada.

Sin embargo, esta cantidad podría variar, si el producto es reconocido en poco tiempo y por ende hay más pedidos de estos, o bien un cambio en la economía del país que perjudique así los ingresos de la población, por ende, es probable que el pedido y la capacidad instalada se vea en la obligación de disminuir.

Respecto a la disponibilidad de recursos, a pesar de no contemplar una tienda física, si se cuenta con área destinada para la elaboración del producto, siendo el caso de el empaque de este, es un área de cocina completamente equipada, que además cuenta con un refrigerador que podría ser utilizado en caso de que algunos alimentos así lo requieran para evitar el deterioro.

## **Localización**

El estudio de localización en este proyecto no se realizó detalladamente, debido a que por parte de los creadores de la idea de negocio se estipula que todo proceso de elaboración se llevaría a cabo en la casa de habitación del representante,

el señor Francisco Céspedes, ubicada en la Tigra de La Fortuna, ya que esta área destinada se encuentra debidamente equipada y lista para usar, cabe destacar que esta ubicación solamente se estará usando para realizar el empaque del producto final, por lo que este será entregado en Quesada y alrededores como anteriormente se ha aclarado.

## **Tecnología utilizada**

Asimismo, para el presente estudio, también se determina la tecnología básica para poner en marcha el negocio, por lo que a continuación una breve descripción de ello.

- **Teléfono o celular**

Para una atención más directa con los clientes, se había mencionado que esta interacción podría ser por medio de las redes sociales, correo electrónico y lo más utilizado hasta hoy, WhatsApp por lo que se estaría requiriendo como mínimo de un dispositivo de este tipo para realizar dicho contacto.

- **Computadora portátil**

Para un mejor orden de cuentas, clientes, proveedores, base de datos, registros electrónicos u otros, es de gran utilidad una computadora, en este caso portátil, por lo que, los dueños de la idea de negocio pondrán a disposición la de ellos.

- **Vehículo**

Respecto al tema de transporte, por acuerdo se estableció que este también será suministrado por parte de uno de los dueños de la idea de negocio, de esta forma, se reduciría el monto de la inversión.

## Proceso productivo

Figura 9: Proceso productivo



Por medio del flujograma que se presenta, se propone 3 procesos en los cuales conlleva un ciclo del manejo de la idea de negocio, por lo que a continuación se presentan las especificaciones de cada proceso:

### Planificación

- Definir las entregas o pedidos para eventos programados para el mes.
- Estimar la demanda según las ventas y clientes potenciales.
- Negociación con los proveedores.

### Logística

- Compra de los productos según la demanda estimada en la planificación
- Definir los días para recibir estos productos.

- Definir los días para la entrega a los clientes.
- Control y almacenamiento de los productos.

#### Venta

- Control de ventas semanales y mensuales.
- Controlar y actualizar la base de datos de los clientes.
- Coordinación de publicidad.
- Registro de las ventas.

## Ingeniería del proyecto

Según el análisis de los procesos productivos que se presentaron, se lograron identificar los requerimientos estructurales, de equipo y del personal para la puesta en marcha de la idea de negocio por lo que en la siguiente tabla se muestran los requerimientos de los procesos.

*Tabla 6: Requerimientos estructurales, de equipo y personal*

Requerimientos			
Proceso productivo General	Estructurales	Equipo	Personal
Planificación	Oficina	Computadora Celular Mobiliario de oficina	1 persona

<b>Logística</b>	Oficina/ cocina	Computadora Celular Mobiliario de oficina Utensilios de cocina	1 persona
<b>Venta</b>	Distribución (no hay tienda física)	Computadora Celular	1 persona

#### Estimación de costos

En este apartado se ha recolectado la información necesaria de los materiales y equipo principal e inicial para llevar a cabo el proceso producto, por lo que en la tabla siguiente se contempla, el costo unitario y costo total, valor de recuperación y su debida depreciación, los datos fueron obtenidos de casas comerciales al año 2021.

#### (1) Resumen de los costos totales de inversión inicial

En este apartado se ha recolectado la información necesaria de los materiales y equipo principal e inicial para llevar a cabo el proceso producto, por lo que en la tabla siguiente se contempla, el costo unitario y costo total, valor de recuperación y su debida depreciación, los datos fueron obtenidos de casas comerciales en el segundo semestre de 2021.

Tabla 7: Costos de materiales y equipo

Materiales y equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total	VU( años)	Porcentaje de recuperación	Valor de recuperación total	Depreciación anual
Computadora	1	¢219900	¢219 900	3	10%	¢21990	¢65970
Celular	1	¢119900	¢119 900	3	10%	¢11990	¢35970
Silla de oficina	1	¢23900	¢23900	8	10%	¢2390	¢2688
Escritorio	1	¢65900	¢65 900	10	10%	¢6590	¢5931
Utensilios de cocina (cucharas)	1	¢2300	¢2 300	1	0%	0	¢2300
<b>Total</b>			<b>431 900</b>			<b>42 960</b>	<b>112 860</b>

Fuente: Elaboración propia basada en cotización en Importadora Monge y EL REY.

## (2) Reposición de activos

Para los activos que debe poseer el negocio, se estima que es muy probable que 3 de ellos sean sustituidos durante el proceso del proyecto, por lo que se espera realizar nuevamente una inversión en los activos de computadora, celular, y utensilios de cocina. De esta forma a continuación se presenta una tabla con los posibles montos y el año de sustitución.

Tabla 8: Reposición de activos

<b>Activo</b>	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Computadora				Ø250 000		
Celular				Ø115 000		
Utensilios de cocina				Ø3000	Ø3000	Ø3000
<b>Total reposición por año</b>				<b>Ø368 000</b>	<b>Ø3000</b>	<b>Ø3000</b>



(3) Determinación de costos de operación fijos y variables

A continuación, se presentan los costos fijos que se han considerado ante la necesidad del negocio para producir en un año.

Tabla 9: Costos fijos

Rubro	Cantidad	Costo por mes	Costo anual
Electricidad	1	Ø10 000	Ø120 000
Agua	1	Ø5 000	Ø60 000
Internet	1	Ø8 000	Ø96 000
<b>Total</b>			<b>Ø276 000</b>

De la misma manera, se presentan los costos variables que se han considerado ante la necesidad del negocio para producir en un año.

Tabla 10: Costos variables

Rubro	Cantidad	Costo por mes	Costo anual
Mantenimiento de vehículo	1	Ø10 000	Ø120 000

<b>Mantenimiento de área de cocina</b>	1	Ø5000	Ø60 000
<b>Combustible Diesel</b>	1	Ø20000	Ø240 000
<b>Total</b>			<b>Ø420 000</b>

## **CAPITULO VI: Estudio organizacional**

En este capítulo se ha contemplado la estructura organizativa de la empresa, la descripción de las actividades de cada puesto propuesto, con el fin de simular las operaciones que llevará a cabo la empresa una vez puesta en marcha la idea de negocio.

## Organización

El organigrama que se elaborará será en base al proceso productivo que se propuso en el apartado del estudio técnico, el cual serían el siguiente:

*Figura 10: Proceso productivo*



Basado en lo anterior, se proponen 3 áreas específicas para cada proceso, las cuales serían las siguientes: 1. Gerencia de planificación, 2. Encargado de Logística y 3. Encargado de ventas y mercadeo. Debido a esto, la siguiente ilustración muestra cuál sería la estructura organizacional del negocio.

Figura 11: Estructura organizacional



## Descripción de funciones

Para dar inicio a la producción de la empresa, se estima que para el primer año, al menos se debe contar con 3 contrataciones o valores 3 posibles puestos, por lo que a continuación se presenta la descripción de las funciones para cada puesto.

### Gerente de planificación

- Debe definir las entregas o pedidos solicitados para eventos programados para el mes.
- Realizar la estimación de la demanda según las ventas y clientes potenciales.
- Debe realizar la negociación con los proveedores, en lo que deberá establecer, cantidad y tipo de producto, fechas de pago, medios de pagos, fecha y hora de entrega, entre otros puntos de relevancia.
- Buscar nuevos proveedores

- Deberá realizar la debida contabilidad (registro de ingresos, pagos, control de depósitos entre otros).

#### Encargado de logística

- Compra de los insumos según la demanda estimada en la planificación
- Deberá planificar los días para recibir estos productos.
- Deberá planificar los días para la entrega final a los clientes.
- Control y almacenamiento de los productos.
- Reabastecimiento de productos según las necesidades de cada pedido.
- Realizar el armado de las cajas, decorarlas de ser necesario y a solicitud de los clientes.

#### Encargado de mercadeo y ventas

- Control de ventas semanales y mensuales.
- Controlar y actualizar la base de datos de los clientes.
- Coordinación de publicidad en redes sociales.
- Responder consultas por medio de las redes sociales y WhatsApp.
- Registro de las ventas.

### **Procedimientos**

En este apartado se identificarán los procedimientos más relevantes según cada proceso productivo, por lo que, se detallarán a continuación los procedimientos.

#### **Gerente de planificación**

El procedimiento que se ha considerado de mayor importancia es, la negociación con los proveedores, por lo que deberá realizarse de la siguiente forma.

1. Realizar con anticipación una investigación de los posibles productores de la zona que ofrezcan los productos de interés.
2. Crear una lista de contacto de estos proveedores.
3. Realizar el contacto con el posible proveedor
4. Preguntar a detalle por los productos de interés
5. Preguntar si existe interés en que sea un nuevo proveedor para la empresa.
6. Analizar los precios ofrecidos y llegar a una negociación de ganar/ ganar.
7. Coordinar la fecha y medio de pago.
8. Coordinar el día en que se entregarán dichos productos.

### **Encargado de logística**

1. Deberá realizar previamente una revisión de los pedidos pendientes.
2. Realizar una lista de los insumos que sean necesarios.
3. Realizar la compra necesaria de dichos insumos.
4. Una vez realizada la compra y con los productos listos, se debe proceder a armar las cajas.
5. Deberá realizar nuevamente una revisión de los lugares de entrega y colocar por subgrupos las cajas con los nombres respectivos para la entrega.
6. Deberá comunicar al cliente que el producto está listo y confirmar el lugar de entrega.

### **Encargado de mercadeo y ventas**

1. Deberá realizar publicaciones periódicamente por medio de las redes sociales, con la intención de despertar el interés de compra de las personas.
2. Por medio de las publicaciones o bien por mensajes recibidos de los posibles clientes, deberá brindar atención al cliente, brindar toda la información que requiera y ofrecer los productos.

3. Sí el cliente quiere realizar un pedido, deberá registrarlo con todos los detalles que sean necesarios.
4. Una vez con los datos obtenidos, asimismo lo registrará en la base de datos de clientes para eventualmente ofrecer los productos.

## Requerimientos administrativos

Para llevar a cabo la idea de negocio es claro que se requiere de personal capacitado, por lo que se espera contratar a 3 personas que estén encargadas de los respectivos puestos. Sin embargo, las funciones no requieren de un trabajo de 48 horas semanales, por lo que, se estará considerando la reducción de la jornada, eventualmente, por el momento los cálculos se realizarán con el salario mínimo de ley emitida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (I Semestre 2021) de 205 050 colones para los 3 puestos.

### Costo salarial

Tabla 11: Cargas sociales

<b>Cargas sociales</b>	
Aportaciones a la C.C.S.S.	14.50%
Recaudación Otras Instituciones	7.25%
Ley de protección al trabajador	4.75%
<b>Total</b>	<b>26.50%</b>

Fuente: Elaboración propia basado en la plataforma de servicios en línea de la CCSS.



Tabla 12: : Requerimiento de previsiones

Previsiones				
Puesto	Aguinaldo	Vacaciones	Cesantía	Total
Gerente de Planificación	₡ 205,050.00	₡95,690.00	₡ 146,952.50	₡ 447,692.50
Encargado de mercadeo y ventas	₡ 205,050.00	₡95,690.00	₡ 146,952.50	₡ 447,692.50
Encargado de logística	₡ 205,050.00	₡95,690.00	₡ 146,952.50	₡ 447,692.50
<b>Total</b>				<b>₡ 1,343,077.50</b>

Fuente: Elaboración propia basado en Salarios mínimos del Ministerio de Trabajo.

Tabla 13: Planilla de colaboradores

Planilla				
Puesto	Salario mínimo mensual	Cargas asociadas	Requerimientos de previsiones	Total
Gerente de Planificación	₡ 205,050	₡ 54,338	₡ 447,693	₡ 707,081
Encargado de mercadeo y ventas	₡ 205,050	₡ 54,338	₡ 447,693	₡ 707,081
Encargado de logística	₡ 205,050	₡ 54,338	₡ 447,693	₡ 707,081
<b>Total</b>	<b>₡ 615,150</b>	<b>₡ 163,015</b>	<b>₡ 1,343,078</b>	<b>₡ 2,121,242</b>

Fuente: Elaboración propia basada en Salarios mínimos y Cargas sociales de CCSS.

Tabla 14: Cotización de aportes obreros y patronales, por cargas sociales

Distribución de los porcentajes de cotización

Caja Costarricense de Seguro Social			
Concepto	Patrono	Trabajador	Porcentaje
SEM	9.25%	5,50%	14,75%
IVM	5,25%	4,00%	9,25%
<b>TOTAL CCSS</b>	<b>14,50%</b>	<b>9,50%</b>	<b>24,00%</b>
Recaudación otras instituciones			
Cuota Patronal Banco Popular			0,25%
Asgnaciones familiares			5,00%
IMAS			0,50%
INA			1,50%
<b>TOTAL OTRAS INSTITUCIONES</b>			<b>7,25%</b>
Ley de Protección al Trabajador(LPT)			
Aporte patrono Banco Popular			0,25%
Fondo Capitalización Laboral			1,50%
Fondo de Pensiones Complementarias			2,00%
Aporte Trabajador Banco Popular			1,00%
INS			1,00%
<b>Total LPT</b>			<b>5,75%</b>
<b>TOTAL</b>			<b>37,00%</b>

Fuente: Caja Costarricense de Seguro Social (2021)

## **CAPITULO VII: Estudio legal y ambiental**

## Legalidad del proyecto

Este capítulo contempla información referente a los puntos legales que se deben considerar para la puesta en marcha de la empresa, los permisos que esto conlleva para el buen y legal funcionamiento de la idea de negocio.

### 1. Inscripción de la Sociedad

En el Artículo #18 sobre el Código de comercio Según el Sistema Costarricense de Información Jurídica, declara que toda sociedad deberá contener lo siguiente:

- a) Lugar y fecha en que se celebra el contrato.
- b) Nombre y apellidos, nacionalidad, profesión, estado civil y domicilio de las personas físicas que la constituyan.
- c) Nombre o razón social de las personas jurídicas que intervengan en la fundación.
- d) Clase de sociedad que se constituye.
- e) Objeto que persigue
- f) Razón social o denominación.
- g) Duración y posibles prórrogas.
- h) Monto del capital social y forma y plazo en que deba pagarse.
- i) Expresión del aporte de cada socio en dinero, en bienes o en otros valores.

Cuando se aporten valores que no sean dinero, deberá dárseles y consignarse la estimación correspondiente. Si por culpa o dolo se fijare un avalúo superior al verdadero, los socios responderán solidariamente en favor de terceros por el exceso de valor asignado y por los daños y perjuicios que resultaren. Igual responsabilidad cabrá a los socios por cuya culpa o dolo no se hicieren reales las aportaciones consignadas como hechas en efectivo.

- j) Domicilio de la sociedad: deberá ser una dirección actual y cierta dentro del territorio costarricense, en la que podrán entregarse válidamente notificaciones.
- k) Forma de administración y facultades de los administradores.
- l) Nombramiento de los administradores, con indicación de los que hayan de tener la representación de la sociedad con su aceptación, si fuere del caso.
- m) Nombramiento de un agente residente que cumpla con los siguientes requisitos: ser abogado, tener oficina abierta en el territorio nacional, poseer facultades suficientes para atender notificaciones judiciales y administrativas en nombre de la sociedad, cuando ninguno de sus representantes tenga su domicilio en el país.
- n) El Registro no inscribirá ningún documento relativo a la sociedad, si en los casos en que sea necesario, el nombramiento no se encuentre vigente.
- o) Modo de elaborar los balances y de distribuir las utilidades o pérdidas entre los socios.
- p) Estipulaciones sobre la reserva legal, cuando proceda.
- q) Casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- r) Bases para practicar la liquidación de la sociedad.
- s) Modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente y facultades que se les confieren.
- t) Cualquier otra convención en que hubieren consentido los fundadores.

Para realizar el trámite requerido para la inscripción de la sociedad, se realizó la cotización por medio de la abogada y notaria Jackeline Solís Dobles, por lo que se estará destinando un monto de 300 000 colones (ver desglose en el Anexo #5) de los cuales se espera realizar la creación y constitución legal de la sociedad, además de

los libros de esta, asimismo se espera contemplar los gastos de papelería y honorarios del proceso.

## 2. Póliza de riesgo laboral

Para obtener una póliza de riesgo laboral la persona tomadora del seguro debe cumplir con ciertos requisitos:

- Copia de la personería jurídica con no más de 1 mes de emisión.
- El representante legal debe presentar el documento de identificación original, vigente y en buen estado.
- Datos de los colaboradores; nombre, número de cédula y salario.

El seguro podrá suscribirse de forma anual, de esta manera, no se realizaría pago alguno del mismo, al realizarse anualmente la inscripción este queda sin recargo alguno. Si se llega a contemplar realizarlo en diferentes periodos se debe considerar que el pago de la prima sería la siguiente

Semestral un 8%

Trimestral un 11%

Mensual un 13%

## 3. Inscripción ante impuestos

Para dicha inscripción se debe considerar los siguientes pasos:

- Registrarse en línea como contribuyente.
- Registrarse como contribuyente sociedades.
- Solicitar facturas autorizadas.
- Retirar facturas autorizadas.
- Comprar timbre.
- Legalizar libros contables.

#### 4. Inscripción ante la Caja Costarricense de Seguro Social

Es obligación de todo patrono inscribirse ante las oficinas de la caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) con este proceso se contribuye al régimen de la seguridad social de sus colaboradores.

Personalmente se deben presentar a las oficinas y llevar los siguientes requisitos:

- Portar original y fotocopia de la cédula de identidad
- Presentar una lista de los colaboradores, donde indiquen el nombre completo, cédula de identidad, número de asegurado (si tiene seguro), salario bruto, fecha de inicio, ocupación, jornada y horario.
- Presentar un recibo de servicio público donde operará la empresa para realizar la verificación de dirección.
- Presentar completo el formulario de Inscripción Patronal de la CCSS.

De igual forma, este proceso se puede realizar de forma virtual, por medio del link <https://www.ccss.sa.cr/tramites> donde se encontrará un manual que funciona como instructivo para realizar dicha inscripción.

Una vez inscrito en la CCSS el patrono tiene el deber de cumplir ciertas obligaciones.

- Acreditar la condición a los colaboradores nuevos sobre el aseguramiento de estos, conforme el procedimiento de la caja.
- Deberá informar a sus colaboradores el permiso donde pueden recibir sus prestaciones referentes al Reglamento del Seguro de Salud.

- Deducir de los salarios correspondientes la cuota de los colaboradores, según el artículo #30 de la Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social y añadido a esto, lo que menciona el artículo #95 del Código de Trabajo.
- Por último, deberá pagar en los plazos correspondientes y según como se haya estipulado, las cuotas patronales y sus colaboradores.

#### 5. Contribución tributaria

Para realizar la inscripción se debe presentar en cualquier oficina de Administraciones Tributarias, asimismo, la persona debe presentar el formulario Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario-Modelo 140 (Anexo #6) de lo cual se deben cumplir ciertos requisitos. El único costo que se asocia para la inscripción sería el de viáticos por lo que se estiman ₡ 5 000.

- Presentar el formulario completo, sin borrones ni tachones.
- Presentar la certificación de personería jurídica.
- Cédula de identidad del representando legal, original y copia.

#### 5. **Permisos sanitarios ante el Ministerio de Salud**

Los principales requisitos para obtener el permiso sanitario de funcionamiento son:

- Permiso de ubicación
- Visado de planos del proyecto
- Viabilidad ambiental (Esto es autorizado por la Municipalidad)

La idea de negocio se considera una actividad de bajo riesgo por lo que se exonera de la presentación de planes de salud ocupacional, al realizarse este proceso se estima un gasto en viáticos de ₡ 5 000.

## 6. Patente

Toda actividad lucrativa debe contar con una patente o licencia, por lo que dentro de los principales requisitos que solicitan para realizar dicho trámite son los siguientes:

- Presentar una certificación de personería jurídica.
- Copia de funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Contrato de seguro de riesgo
- Estar al día con los impuestos municipales.
- Cabe destacar que parte de los requisitos es la presentación de un acta con firma de algunos vecinos donde garanticen la apertura del negocio.

## 7. Cuenta bancaria

Los requisitos varían según el banco de preferencia, la información fue basada según los de Banco de Costa Rica, por medio de página WEB. Para la apertura de una cuenta ya sea corriente o de ahorros se solicita lo siguiente:

- Original de la certificación como persona jurídica.
- Tomo, folio y asiento de la inscripción ante el Registro Nacional.
- Nombre completo del representante legal.
- Original y copia de la cédula del representante legal.
- Recibo de servicios públicos.
- Original y copia de identificación de los apoderados.



## **Estudio ambiental**

### Legislación ambiental aplicable

Por la complejidad, el tamaño del proyecto y sus características, la legalidad ambiental queda eximida por medio de la aplicación ambiental vigente en Costa Rica. Sin embargo, por voluntad de los representantes, se velará por un buen manejo de los desechos y por el bienestar común del ambiente.

## **CAPITULO VIII: Estudio financiero**

En este apartado del proyecto, se presentan datos que en su mayoría son numéricos, tales datos se justifican con referencias y supuestos, asimismo, analizar más a fondo los estudios previos como, mercado, técnico, organizacional y restantes, de aquí parte las decisiones que puedan llegar a tomar los dueños de la idea de negocio ya que les permitirá tener una visión más clara ante la situación.

## **Inversiones y costos del proyecto**

El siguiente resumen recopila las inversiones y costos considerados en los estudios anteriores; el objetivo general de este resumen es determinar la cuantía que compone la inversión inicial, costos de operación y renovación de activos. Se mostrarán en el orden de ejecución del proyecto.

*Tabla 15: Componentes de Inversión inicial*

<b>Inversión Inicial</b>	<b>Monto</b>
Insumos	₡ 120,400
Uso de tecnología	₡ 342,100
Mobiliario	₡ 89,800
Capital de trabajo	₡ 1,162,019
Rubros legales	₡ 293,700
<b>Total</b>	<b>₡ 2,008,019</b>

Fuente: Autor. Basado en estudios anteriores del proyecto.

Como inversión inicial se han considerado desde los insumos que serían aquellos materiales esenciales para el armado de cajas, la tecnología que debe ser usada para poner en marcha la idea de negocio, mobiliario, capital de trabajo y el monto estimado para las debidas inscripciones, cabe mencionar que se ha considerado a 3 colaboradores con salario mínimo y el monto presentado ha sido proyectado para estimarlo a 12 meses. Por lo que, se estima un aproximado de 2 008 019 colones como inversión.

Tabla 16: Costos del proyecto

Costos	Monto
Costos fijos	₡ 5,777,760
Costos variables	₡ 1,628,000
<b>Total</b>	<b>₡ 7,405,760</b>

Tabla 17: Depreciación de activos mayor a 5 años

Rubro	Monto	Vida útil (años)	Valor de rescate al final de la vida útil	Depreciación anual (método línea recta)	Depreciación acumulada año 5	Valor de rescate año 5 (a valor en libros)
Silla de oficina	₡23,900	8	₡2,390	₡2,689	₡13,444	₡10,456
Escritorio	₡65,900	10	₡6,590	₡5,931	₡29,655	₡36,245
<b>Total</b>	<b>₡89,800</b>			<b>₡8,620</b>	<b>₡43,099</b>	<b>₡46,701</b>

Tabla 18: Depreciación de activos menor a 5 años

Rubro	Monto	Vida útil (años)	Valor de rescate al final de la vida útil	Depreciación anual (método línea recta)	Depreciación acumulada al año estimado	Valor de rescate año (a valor en libros)
Computadora	₡219,900	3	₡21,990	₡65,970	₡197,910	₡21,990
Celular	₡119,900	3	₡11,990	₡35,970	₡107,910	₡11,990
Utensilios de cocina	₡2,300	1	₡0	₡2,300	₡2,300	₡0
<b>Total</b>	<b>₡342,100</b>			<b>₡104,240</b>	<b>₡308,120</b>	<b>₡33,980</b>

Para los cálculos de la depreciación de dichos activos se ha utilizado el método de depreciación de línea recta, procedimiento que se encuentra avalado por el reglamento de Impuestos de la Renta de Costa Rica.

## Ingresos estimados del proyecto

Tabla 19: Ingresos anuales estimados escenario realista

Tipo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6 (para estimación de capital de trabajo)
Caja de productos artesanales comestibles	₡8,140,000	₡8,468,856	₡8,810,998	₡9,166,962	₡9,537,307	₡9,922,615
<b>Total</b>	<b>₡8,140,000</b>	<b>₡8,468,856</b>	<b>₡8,810,998</b>	<b>₡9,166,962</b>	<b>₡9,537,307</b>	<b>₡9,922,615</b>

Para efectos del proyecto y según los estudios realizados previamente se estima una venta mensual de 170 unidades, valorado así en un ingreso mensual de 678 400 colones, en este caso se estima con crecimiento anual del 2%.

### Construcción de flujos de caja

Para la elaboración de los flujos de caja correspondientes a los escenarios realista y optimista, estos fueron elaborados para determinar los requerimientos reales

de efectivo y, asimismo, valorar si bajo los supuestos de flujo de caja el proyecto presenta prefactibilidad financiera.

### Flujo de caja escenario realista

Tabla 20: Estimación anual del escenario normal

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6 (para estimar capital de trabajo)
Agua	€60,000	€60,000	€60,000	€60,000	€60,000	€60,000
Internet y electricidad	€216,000	€216,000	€216,000	€216,000	€216,000	€216,000
Combustible	€240,000	€240,000	€240,000	€240,000	€240,000	€240,000
Gerente de planificación	€2,460,600	€2,534,418	€2,610,451	€2,688,764	€2,769,427	€2,852,510
Encargado de logística	€2,460,600	€2,534,418	€2,610,451	€2,688,764	€2,769,427	€2,852,510
Encargado de Mercadeo	€2,460,600	€2,534,418	€2,610,451	€2,688,764	€2,769,427	€2,852,510
Cargas sociales Gerente	€236,218	€243,304	€250,603	€258,121	€265,865	€273,841
Cargas Sociales Mercadeo	€236,218	€243,304	€250,603	€258,121	€265,865	€273,841
Cargas sociales logística	€236,218	€243,304	€250,603	€258,121	€265,865	€273,841
Gastos de vacaciones (acumulación mensual general administrativo)	€95,690	€98,561	€101,518	€104,563	€107,700	€110,931
Gastos de aguinaldo (acumulación mensual general administrativo)	€205,050	€211,202	€217,538	€224,064	€230,786	€237,709
<b>Total</b>	<b>€8,907,193</b>	<b>€9,158,929</b>	<b>€9,418,216</b>	<b>€9,685,283</b>	<b>€9,960,361</b>	<b>€10,243,692</b>

En la tabla anterior se muestran los principales gastos en que la idea de negocio incurriría para llevar a cabo el negocio, estos datos son previos al flujo de caja del escenario realista.

Tabla 21: Flujo de escenario realista

RUBRO	0	1	2	3	4	5
Ingresos		€8,140,000	€8,468,856	€8,810,998	€9,166,962	€9,537,307
- Costos		€7,405,760	€7,472,464	€7,541,828	€7,613,957	€7,688,965
<b>= Utilidad bruta</b>		<b>€734,240</b>	<b>€996,392</b>	<b>€1,269,170</b>	<b>€1,553,005</b>	<b>€1,848,342</b>
- Gastos		€8,907,193	€9,158,929	€9,418,216	€9,685,283	€9,960,361
- Gastos no desembolsables		€112,860	€112,860	€112,860	€8,620	€8,620
- Gastos por intereses		€0	€0	€0	€0	€0
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>		<b>-€8,285,813</b>	<b>-€8,275,397</b>	<b>-€8,261,906</b>	<b>-€8,140,898</b>	<b>-€8,120,639</b>
- Impuesto de renta		€0	€0	€0	€0	€0
<b>= Utilidad después de impuestos</b>		<b>-€8,285,813</b>	<b>-€8,275,397</b>	<b>-€8,261,906</b>	<b>-€8,140,898</b>	<b>-€8,120,639</b>
+ Gastos no desembolsables		€112,860	€112,860	€112,860	€8,620	€8,620
- Incremento en el capital de trabajo	€1,162,019	€22,683	€23,411	€24,162	€24,938	€25,739
+ Recuperación del capital de trabajo	€0	€0	€0	€0	€0	€1,282,951
- Nueva inversión requerida	€846,000	€0	€0	€368,000	€0	€0
+ Recuperación de la inversión		€0	€0	€33,980	€0	€189,701
- Amortización a la deuda	€0	€0	€0	€0	€0	€0
<b>= Flujo de efectivo nominal del proyecto</b>	<b>-€2,008,019</b>	<b>-€8,195,636</b>	<b>-€8,185,948</b>	<b>-€8,507,228</b>	<b>-€8,157,216</b>	<b>-€6,665,106</b>

Cabe mencionar que los resultados presentados en la tabla anterior fueron estimados por medio de una demanda de 170 unidades vendidas mensual y anualmente de alrededor de 2035 unidades.

### Indicadores financieros

Tabla 22: Indicadores financieros de escenario realista

ESCENARIOS	VAN		TIR	PR	BC	ID	VANA	CBA
	t descuento	Valor						
<b>Proyecto</b>								
Nominal	0.00%	-41,719,152	#¡NUM!	5.00	-20.78	-19.78	-8,343,830.46	-4.16
Descontado	5.75%	-35,833,893	#¡NUM!	5.00	-17.85	-16.85	-8,449,063.56	-4.21
Descontado deflatado	5.75%	-35,833,893	#¡NUM!	5.00	-17.85	-16.85	-8,449,063.56	-4.21
<b>Inversionista</b>								
Nominal	0.00%	-41,719,152	#¡NUM!	5.00	-20.78	-19.78	-8,343,830.46	-4.16
Descontado	5.75%	-35,833,893	#¡NUM!	5.00	-17.85	-16.85	-8,449,063.56	-4.21
Descontado deflatado	5.75%	-35,833,893	#¡NUM!	5.00	-17.85	-16.85	-8,449,063.56	-4.21

### Valor actual neto (VAN)

Con resultados mayores a cero se lograría que se produzca un valor monetario por encima de la rentabilidad que se exige, por lo que, tomando en cuenta estas consideraciones, los resultados mostrados a partir de los estudios previos, son negativos, de esta forma el proyecto no debería ejecutarse.

### Tasa interna de retorno (TIR)

Como se observa en la tabla, la TIR, con los datos obtenidos refleja un "NUM", esto se deriva porque los datos generados en los flujos son muy bajos y se obtiene un dato que siquiera es válido para la aplicación de la fórmula, de igual forma, a partir de estos datos lo más considerable sería no aceptar el proyecto

### Periodo de recuperación (PR)

El PR representa el número de periodos que es posible que el proyecto pueda recuperar la inversión inicial, desde inicios se ha mencionado que todos los datos

arrojados serían proyectados a 5 años. La recuperación de la inversión no se da en el horizonte de los cinco años proyectados ya que todos los flujos son negativos.

### **Razón beneficio/costo (BC)**

Los datos presentados no han sido alentadores para el accionista, el BC no es la excepción, por lo que está generando pérdidas debido a que la razón beneficio/costo descontado, brinda un resultado de -17.85, este dato debería ser positivo para generar beneficios a la idea de negocio.

### **Índice de deseabilidad (ID):**

El índice de deseabilidad no es siquiera igual a 1, este resultado se presenta como negativo, lo cual significa que el futuro emprendimiento no está generando una contribución de ganancia con respecto a lo invertido.

### **Valor actual neto anualizado equivalente (VANAE)**

Para fines del proyecto, se están generando pérdidas anuales de aproximadamente 8 449 064 colones, lo que genera más seguridad al decir que la idea no debería ser aceptada.

### **Costo beneficio anualizado (CBA)**

Un dato más para confirmar que el emprendimiento no debe ser aceptado es que de igual forma con otros factores, el costo beneficio anualizado de los flujos descontados deflactados está generando pérdidas en el proyecto, con un resultado de -4.21, por cada color que se ha invertido se generan pérdidas de 4.21

## Ingresos anuales del escenario optimista

Tabla 23: Ingresos escenario optimista

Tipo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6 (para estimación de capital de trabajo)
Caja de productos artesanales comestibles	₡8,140,000	₡12,288,144	₡18,550,182	₡28,003,355	₡42,273,865	₡63,816,626
<b>Total</b>	<b>₡8,140,000</b>	<b>₡12,288,144</b>	<b>₡18,550,182</b>	<b>₡28,003,355</b>	<b>₡42,273,865</b>	<b>₡63,816,626</b>

Para efectos del escenario optimista y en vista que el escenario normal arrojó resultados relativamente malos, se consideró realizar cambios que afectaran positivamente a los flujos y así obtener mejores resultados, por lo que, el cambio que se consideró adecuado para la mejora de los datos fueron las ventas, con un aumento del 46% anual, de esta forma, el aumento estimado total que debe existir para recuperar la inversión en este periodo sería de 48%, con este cambio se obtuvieron los datos presentados en la tabla anterior.

## Flujo de caja escenario optimista

Tabla 24: Flujo de escenario optimista

RUBRO	0	1	2	3	4	5
Ingresos		₡8,140,000	₡12,288,144	₡18,550,182	₡28,003,355	₡42,273,865
- Costos		₡7,405,760	₡8,236,322	₡9,489,665	₡11,381,236	₡14,236,277
<b>= Utilidad bruta</b>		<b>₡734,240</b>	<b>₡4,051,822</b>	<b>₡9,060,518</b>	<b>₡16,622,119</b>	<b>₡28,037,588</b>
- Gastos		₡8,907,193	₡9,158,929	₡9,418,216	₡9,685,283	₡9,960,361
- Gastos no desembolsables		₡112,860	₡112,860	₡112,860	₡8,620	₡8,620
- Gastos por intereses		₡0	₡0	₡0	₡0	₡0
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>		<b>-₡8,285,813</b>	<b>-₡5,219,966</b>	<b>-₡470,559</b>	<b>₡6,928,216</b>	<b>₡18,068,607</b>
- Impuesto de renta		₡0	₡0	₡0	₡1,732,054	₡4,517,152
<b>= Utilidad después de impuestos</b>		<b>-₡8,285,813</b>	<b>-₡5,219,966</b>	<b>-₡470,559</b>	<b>₡5,196,162</b>	<b>₡13,551,455</b>
+ Gastos no desembolsables		₡112,860	₡112,860	₡112,860	₡8,620	₡8,620
- Incremento en el capital de trabajo	₡1,162,019	₡77,095	₡107,749	₡153,766	₡222,967	₡327,160
+ Recuperación del capital de trabajo	₡0	₡0	₡0	₡0	₡0	₡2,050,756
- Nueva inversión requerida	₡846,000	₡0	₡0	₡368,000	₡0	₡0
+ Recuperación de la inversión		₡0	₡0	₡33,980	₡0	₡189,701
- Amortización a la deuda	₡0	₡0	₡0	₡0	₡0	₡0
<b>= Flujo de efectivo nominal del proyecto</b>	<b>-₡2,008,019</b>	<b>-₡8,250,048</b>	<b>-₡5,214,856</b>	<b>-₡845,485</b>	<b>₡4,981,815</b>	<b>₡15,473,372</b>



Cabe destacar que, en comparación con el flujo presentado en el apartado del escenario normal, esta evidencia cambios positivos en el año 4, los detalles se verán en los indicadores financieros.

## Indicadores financieros

Tabla 25: Indicadores financieros escenario optimista

ESCENARIOS	VAN		TIR	PR	BC	ID	VANA	CBA
	t descuento	Valor						
<b>Proyecto</b>								
Nominal	0.00%	4,136,780	6.73%	4.73	2.06	3.06	827,356.01	0.41
Descontado	5.75%	495,850	0.93%	4.96	0.25	1.25	116,913.45	0.06
Descontado deflatado	5.75%	495,850	0.93%	4.96	0.25	1.25	116,913.45	0.06
<b>Inversionista</b>								
Nominal	0.00%	4,136,780	6.73%	4.73	2.06	3.06	827,356.01	0.41
Descontado	5.75%	495,850	0.93%	4.96	0.25	1.25	116,913.45	0.06
Descontado deflatado	5.75%	495,850	0.93%	4.96	0.25	1.25	116,913.45	0.06

### Valor actual neto (VAN) 116913

Para lograr mejorar el VAN se recurrió a un cambio importante de una de las variables, en este caso los cambios generados se basan en las ventas, cabe mencionar que el crecimiento de la demanda anual era de un 2%, sin embargo, este crecimiento no era efectivo para el negocio por lo que, obtener un VAN mayor a 0 se estimó un aumento del 46%, por lo que ahora se maneja un crecimiento anual de la demanda de un 48%.

### Tasa interna de retorno (TIR)

Para las condiciones del proyecto, la TIR arroja un resultado de 0.93% lo cual es considerablemente bueno en comparación con los resultados del flujo normal, esto permite visualizar que la idea tiene esperanzas de generar ganancias.

### Periodo de recuperación (PR)

En cuando al periodo de recuperación, se estima que dicha inversión se estaría recuperando en el cuarto año y nueve meses por lo que, pasado este tiempo el proyecto estaría reflejando las ganancias de este.

### **Razón beneficio/costo (BC)**

Se observa que en cuanto a razón beneficio /costo, se estaría ganando un 0.45 céntimo por cada colón invertido.

### **Índice de deseabilidad (ID)**

Con el aumento de la demanda el índice de deseabilidad descontado deflactado, es de 1.25, al ser mayor a 1, se estima que sí se puede cubrir la inversión inicial y generar ganancias.

### **Valor actual neto anualizado equivalente (VANAE)**

Lo que respecta al VANAE se obtuvo un resultado de 116 913 colones, lo que representa el valor actual promedio por año, obteniendo un van de 495 850 colones, equivale a recibir anualidades de 116 913 colones.

### **Costo beneficio anualizado (CBA)**

Por cada colón invertido, respecto al costo beneficio anualizado, se obtiene un 0.06 colones de ganancias en promedio.

### **Análisis de sensibilidad**

Cabe mencionar que se consideró el escenario pesimista debido a los resultados que se obtuvieron desde el escenario normal, sin ninguna variación. Uno de los cambios importantes para lograr ver resultados alentadores para los accionistas fue aumentar la demanda.

El proyecto es sensible a los posibles cambios del entorno y se ha considerado que su principal debilidad es la demanda, con poca demanda el proyecto definitivamente no podría recuperar su inversión siquiera en los primeros 5 años. Sin

embargo, generando cambios en la demanda se pueden observar los comportamientos generados de estos.

Es importante destacar que la gran diferente entre escenarios radica en la demanda, con un crecimiento anual de 2% el proyecto definitivamente no era rentable, realizando un cambio en la demanda para el escenario optimista se obtuvieron resultados más considerables para llevar a cabo el proyecto.

## **CAPITULO IX: Principales consideraciones**

Este apartado contempla las principales consideraciones que el emprendedor o lector deben tomar en cuenta si desean llevar a cabo una idea de negocio igual o parecida a la que se trabajó en el presente documento. Cabe mencionar que las consideraciones que se presentarán son desde un criterio propio y basado en los resultados que se obtuvieron de la investigación.

Es importante considerar crear una campaña de marketing del producto con la finalidad de atraer a más clientes y obtener el reconocimiento en el mercado. Asimismo, al obtener más clientes y estos estén completamente satisfechos se dará la publicidad más fácil que existe, de boca en boca por lo que si se debe considerar realizar una pequeña inversión para llegar a más mercado.

Una vez que se hayan obtenido más clientes, se debe ser muy minucioso para conocer sus gustos y preferencias respecto a los productos, por lo que sería importante crear una base de datos de estos y así, ofrecer productos diferencias según las características que se mencionaron.

No cabe duda que el capital humano es muy importante en un negocio, sin embargo, se debe invertir en ellos, para fines del proyecto sería muy significativo, que al inicio de la producción se contraten a 1 o 2 colaboradores, según las funciones que se requieran, conforme la empresa genere más ingresos y más tareas o funciones para realizar contratar a más personas, según lo requerido.

## **CAPITULO X: Conclusiones y recomendaciones**

De forma integral se toman en cuenta los componentes para el inicio de la idea de negocio, por lo que a continuación presentan las conclusiones y recomendaciones.

## **Conclusiones**

- 1.** El proyecto es viable solamente si se mejora la demanda, realizando publicaciones e interacciones por medio de las redes sociales para lograr llegar a más mercado y lograr mayor reconocimiento, de lo contrario si se mantiene con la demanda estimada el proyecto no es factible.
- 2.** Según el apartado técnico, se podría ejecutar el proyecto, debido a que el uso de tecnología y el equipo de oficina que se requiere es poca y no necesita de mucha inversión, además, este equipo no es costoso por lo que se podría buscar aún más cotizaciones para mejorar el precio y reducir costos.
- 3.** Se valoró la contratación de 3 colaboradores, sin embargo, considerando las funciones que cada uno realiza, se podría reducir a 2 contrataciones y de esta forma reducir los gastos anuales para valorar si esto generaría algún cambio en el proyecto y analizar la viabilidad del mismo con este pequeño cambio.
- 4.** Financieramente, de las proyecciones realizadas, según el escenario real no es viable llevar a cabo el proyecto, debido a que no existe una gran demanda en el mercado, sin embargo, para el escenario optimista, el proyecto puede ser viable solamente si la demanda mejora, de esta forma recuperar la inversión y generar ganancias óptimas después del cuarto año.

## Recomendaciones

1. Para la idea de proyecto se había propuesto distribuir en la zona de Ciudad Quesada principalmente, por lo que se recomienda analizar minuciosamente el mercado en los alrededores de Quesada, no solamente los lugares que se encuentren más cercanos al centro.
2. Realizar una base de datos de los clientes, con el objetivo de conocer aún más los gustos y preferencias para realizar promoción de acuerdo a esas características, y de esta forma lograr penetrar más el mercado.
3. Crear una red de contactos de los proveedores locales, con el fin de mantener esa alianza y asegurar que los insumos requeridos sean de calidad y que siempre haya una entrega justo a tiempo.
4. Analizar la viabilidad de hacer 3 contrataciones de personal y sus debidas funciones, asimismo, se recomienda valorar la cantidad de días que realmente se necesitan para laborar y ser cien porcientos productivos.



## **CAPITULO XI: Apéndices**

## Apéndice # 1

### Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de distribución en Ciudad Quesada de productos artesanales elaborados por productores de la zona de San Carlos y alrededores

El presente cuestionario tiene como objetivo recolectar datos importantes para realizar el trabajo de campo referente a un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de distribución en Ciudad Quesada de productos artesanales comestibles elaborados por productores de la zona de San Carlos y alrededores. La finalidad es conocer la aceptación y datos referentes al producto presentado. Tales datos serán de vital importancia para la realización de la investigación. En virtud de lo anterior, se le agradecerá de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación.

Los datos brindados serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad con fines específicamente académicos.

Es importante indicar que completar la encuesta no le tomará más de 10 minutos de su valioso tiempo.



Imagen con fines ilustrativos

**1. Indique su sexo** (Selección única)

Mujer

Hombre

Prefiero no decirlo

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

**2. Seleccione el rango de edad en que se encuentra** (Selección única)

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 50 años

Mayor a 51 años

**3. Indique su grado de escolaridad** (Selección única)

Sin escolaridad

Primaria incompleta

Primaria completa

- Secundaria incompleta
- Secundaria completa
- Universitaria incompleta
- Universitaria completa

**4. Indique su distrito de residencia (Selección única)**

- Aguas Zarcas
- Buenavista
- Cutris
- Florencia
- La Fortuna
- La Palmera
- La Tigra
- Monterrey
- Pital
- Pocosol
- Quesada
- Venado
- Venecia

**5. ¿Cuál es su ocupación principal? (Selección única)**

- Estudiante
- Trabajador asalariado
- Trabajador por cuenta propia
- Comerciante
- Empresario
- Desempleado
- Pensionado

**6. Indique su promedio de ingresos mensuales (Selección única)**

- Menos de 100.000 colones
- De 100.000 a menos de 300.000
- De 300.001 a menos de 600.000
- De 600.001 a menos de 900.000
- De 900.001 a menos de 1.200.000
- De 1.200.001 a menos de 1.500.000
- Mayor 1.500.000.00

**7. ¿De existir una empresa que venda productos artesanales comestibles con entrega a domicilio estaría dispuesto a comprarle?**

- Si
- No (finaliza la encuesta)

**8. De la siguiente lista de productos ¿Cuáles productos estaría dispuesto a consumir? (Selección Múltiple)**

- Café

- \_Chocolate
- \_Granola
- \_Jaleas
- \_Miel de abeja
- \_Crema de cacao (Nutella)
- \_Mantequilla de maní
- \_Fruta deshidratada
- \_Pan salado
- \_Pan Dulce
- \_Queque de banano
- \_Queque de naranja
- \_Queque de Zanahoria
- \_Productos libres de azúcar
- \_Productos libres de gluten
- Otros: \_\_\_\_\_

**9. De los productos que ha seleccionado ¿Suele consumirlos en su hogar o en su lugar de trabajo con sus compañeros o colaboradores?**

- \_Si
- \_No (pase a la pregunta 12)

**10. ¿Con qué frecuencia consume usted estos productos?**

- \_1 vez a la semana
- \_2 veces a la semana
- \_3 veces a semana
- Otro: \_\_\_\_\_

**11. ¿Dónde acostumbra a comprar estos productos?**

- \_Panadería
- \_Supermercado
- \_Cafetería
- Otro: \_\_\_\_\_

**12. ¿En caso de realizar una reunión familiar, de amigos o de trabajo, le gustaría comprar un paquete (cajita) de estos productos para esta actividad?**

- \_ Si
- \_No (pase a la pregunta 15)

**13. ¿Cuáles condiciones debería cumplir el pedido para que sea de su agrado?**  
(Selección Múltiple)

- \_Precio
- \_Frescura
- \_Pedido completo.
- \_Variedad de productos
- \_Entrega puntual del pedido.
- \_Buena calidad de los productos

Buena presentación de los productos.  
 Entrega a domicilio  
Otro: \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué tan importante es para usted la presentación del producto al momento de recibirlo?**

No es importante  
 Poco Importante  
 Importante  
 Bastante importante  
 Muy importante

**15. ¿Considera que una cajita que contenga los productos seleccionados por usted anteriormente, se podría considerar un regalo para familiares, amigos o compañeros de trabajo?**

Si  
 No (pase al a pregunta 18)

**16. ¿Estaría dispuesto a adquirir esa cajita con productos seleccionados, como regalo?**

Si  
 No

**17. ¿Considera que una cajita que contenga productos como los que seleccionó, se puede considerar como un regalo para eventos de la empresa?**

Si  
 No (finaliza)

**18. ¿Cuáles de los siguientes eventos consideraría apropiados para entregar la cajita como presente o regalo? Sesión 7 (Selección Múltiple)**

Aniversario de su empresa  
 Celebraciones especiales  
 Reuniones  
 Visita de clientes o proveedores importantes  
 Navidad  
Otros: \_\_\_\_\_

**19. ¿Cuántas veces al mes estaría dispuesto a comprar la cajita con los diferentes productos que se ofrecen?**

Una vez al mes  
 Dos veces al mes  
 Tres veces al mes  
 Más de cuatro veces al mes

Otros: \_\_\_\_\_

**20. ¿Le gustaría realizar el pedido del producto por medio de, mensaje de wthasApp, vía telefónica, por correo electrónico o por encargo?**

\_Si

\_No

**21. ¿Cuáles de los siguientes medios utiliza para realizar pedidos y comprar productos?**

\_WhatsApp

\_Llamada por teléfono

\_Correo electrónico

\_Tienda en línea

\_Tienda física

**22. ¿Cuáles serían los días que usted prefiere para la entrega del producto?**

\_Lunes

\_Martes

\_Miércoles

\_Jueves

\_Viernes

\_Sábado

\_Domingo

## **CAPITULO XII: Anexos**

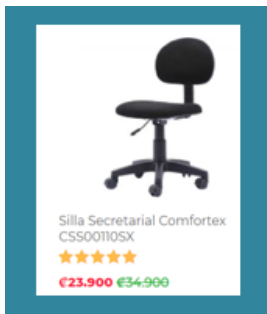
## Anexo #1



## Anexo #2



## Anexo #3



## Anexo #4





## Anexo #5

Sociedad mercantil. Constitución a través de CrearEmpresa.

¿Monto del capital social? € 1,500,000.00

<b>Conceptos</b>	<b>Monto</b>
Archivo Nacional	€20.00
Coleg Contad. Priv (Libros legales)	€75.00
Colegio de Abogados	€2 200.00
Educación y Cultura	€5 000.00
Fiscal	€312.50
Municipal	€3 000.00
Registro Nacional	€46 220.00
Registro Nacional (Libros legales)	€15 910.00
<b>Total de Conceptos</b>	<b>€72 737.50</b>

<b>Conceptos no aplica 6%</b>	<b>Monto</b>
Agrario	€2 250.00
Costo operativo CrearEmpresa	€10 369.16
Edicto Imprenta Nacional	€3 247.68
<b>Total de Conceptos</b>	<b>€15 866.84</b>

<b>Otros Conceptos</b>	<b>Monto</b>
	0.00
<b>Total de otros conceptos</b>	<b>0.00</b>

Agregar cargo	0.00
---------------	------

<b>Honorarios (Valor editable)</b>	€181500.00
------------------------------------	------------

<b>Porcentaje IVA (Valor editable)</b>	13.00%
--	--------

Modificar monto de honorarios o porcentaje del IVA

Total de Gastos	€88 604.34
Honorarios Profesionales	€181 500.00
IVA	€23 595.00
<b>Monto Total a Cobrar en Colones</b>	<b>€293 699.34</b>

Anexo #6

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

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

## Anexo #7



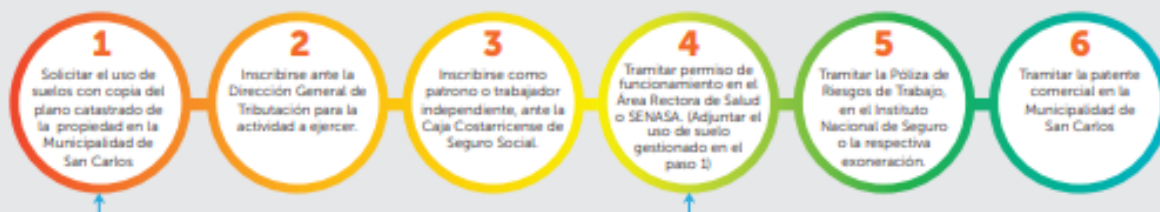
Municipalidad de San Carlos  
Departamento de Administración Tributaria  
Tels: 2401-0937 | 2401-0929 | 2401-0961

F-PAT-001  
Patente Comercial

### Patente comercial

Este formulario debe completarse en caso de apertura de nuevos negocios

#### ¿Qué hacer para abrir un nuevo negocio?



#### 1-DATOS DE LA PERSONA SOLICITANTE (a):

Nombre: (físico o jurídico): \_\_\_\_\_  
Cédula (física o jurídica): \_\_\_\_\_  
Nombre representante legal: \_\_\_\_\_ Cédula: \_\_\_\_\_  
Dirección fiscal: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Correo electrónico: \_\_\_\_\_

#### 2-DATOS DE LA PERSONA DUEÑA DE LA PROPIEDAD:

Nombre: (físico o jurídico): \_\_\_\_\_  
Cédula (física o jurídica): \_\_\_\_\_  
Nombre representante legal: \_\_\_\_\_ Cédula: \_\_\_\_\_  
Finca N°: \_\_\_\_\_ Plano N°. \_\_\_\_\_

#### 3-DATOS DE LA PATENTE

Nombre comercial del negocio o local: \_\_\_\_\_  
Actividad específica: \_\_\_\_\_  
Dirección exacta del local: \_\_\_\_\_  
Distrito: \_\_\_\_\_ Teléfonos: \_\_\_\_\_

#### Declaración Jurada

Conocedor de las penas con que la Ley castiga el perjurio, declaro bajo fe de juramento que toda la información que se consigna en este documento es verdadera, por tratarse de una declaración jurada. (Artículo 318 del Código Penal). Por lo anterior, quedo apercibido de las consecuencias legales y judiciales, con que la legislación castiga el delito de perjurio. Asimismo, exonerado de toda responsabilidad a las autoridades de la Municipalidad de San Carlos, por el otorgamiento de esta licencia con base en la presente declaración, y soy conocedor de que, si la autoridad municipal llegase a corroborar alguna falsedad en la presente declaración, errores u omisiones en los documentos aportados, procederá conforme en Derecho corresponde.

## Requisitos para patente comercial

1. Formulario de patente comercial, debe ser firmado por la persona solicitante o su representante legal. Ley N° 7794 y Ley N° 7773.
2. Cédula de identidad. Si es extranjero presentar cédula de residencia. (Documentos vigentes). Ley N° 3504 y Ley N° 8764.
3. En caso de persona jurídica, presentar copia de certificación de personería jurídica. (Documentos vigentes). Ley N° 4755.
4. Constancia al día, de la Póliza de Riesgos de Trabajo del Instituto Nacional de Seguros (INS). Ley N° 6727.
5. Copia del permiso de funcionamiento de salud: Emitido por el Ministerio de Salud, (vigente). Reglamento General para Autorización y Permisos Sanitario de Funcionamiento. Decreto Ejecutivo N° 39472-S.
6. Estar inscrito y al día con las obligaciones patronales de la CCSS. Ley N° 17.
7. Estar inscrito ante La Dirección General de Tributación, para la actividad solicitada. Ley N° 4755 y Reglamento de Procedimientos Tributarios.
8. Estar al día con el pago de los tributos municipales. Ley N° 7773, Ley N° 4755. Acuerdo 12, Acta 49, del 30/07/2018 del Concejo Municipal.
9. Copia de autorización o el respectivo contrato de arrendamiento, del local donde se explotará la patente, (también: aportar copia de cédula/personería del dueño (a) de la propiedad: en el caso que el contrato no este autenticado), en el mismo indicar el N° de finca de la propiedad, actividad y plazo. (Documento vigente). Ley N° 7527 y Ley N° 63.
10. Timbre fiscal por 100 colones. Ley N° 6955.
11. Otros requisitos: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Otros requisitos para actividades especiales

**Gasolineras:** Permiso de MINAE y SETENA. Decreto Ejecutivo N° 30131-S

**Guarderías:** Permiso del Concejo de Atención Integral. Ley N° 8017

**Parqueo Público:** Permiso de funcionamiento otorgado por la Dirección General de Ingeniería de Tránsito. Ley N° 7717

**Explotación de Tajos y Canteras:** Viabilidad ambiental de SETENA y concesión de explotación emitida por la Dirección General de Geología y Minas. Ley N° 6797

**Permiso de ACAM:** cuando se utilizará actividad musical en el lugar. Ley N° 6683

**Farmacias:** Regencia. Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos Privados. Decreto Ejecutivo N° 16765

**Permiso de SENASA:** A todas aquellas actividades relacionadas con salud animal. Ley N° 8495

**Barberías, peluquerías, salones de belleza y afines:** Certificación de idoneidad competente. Decreto Ejecutivo N° 18329-S

**Sala de video juegos y alquiler de películas:** Autorización de la Comisión de Control y Calificación de Espectáculos Públicos. Ley N° 7440

**Sala de juegos:** Cumplir con Ley N° 3 de Juegos y su Reglamento. Deben aportar un manual o estudio técnico de las máquinas que se instalarán, que demuestre donde interviene la destreza del jugador.

**Moteles, hoteles sin registro, casas de alojamiento, cabinas, hospedaje y similares:** Presentar constancia de inscripción y al día del Instituto Mixto de Ayuda Social. Ley N° 9326

**Transporte turístico terrestre:** Tarjeta de circulación, registro de la propiedad. Permiso de ICT y CTP.

## Anexo #8



**Municipalidad de Alajuela**

TRAMITE N°: \_\_\_\_\_

### SOLICITUD DE LICENCIA COMERCIAL

#### DATOS DEL SOLICITANTE

Nombre completo: \_\_\_\_\_

Cédula física o jurídica \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_

Dirección exacta: Distrito: \_\_\_\_\_ Otras señas: \_\_\_\_\_

Autorizo a la Municipalidad de Alajuela a notificarme a través del siguiente correo electrónico

Correo electrónico para notificaciones: \_\_\_\_\_

#### DATOS DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE

Nombre del propietario: \_\_\_\_\_

N° Cédula (física o jurídica) \_\_\_\_\_

#### DATOS DEL LOCAL Y DE LA PROPIEDAD

Dirección exacta del local: Distrito \_\_\_\_\_ Otras señas: \_\_\_\_\_

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

Se solicita patente para la actividad de: \_\_\_\_\_

Nombre de fantasía del local: \_\_\_\_\_

N° de Resolución de Ubicación y Uso de Suelo: \_\_\_\_\_

N° de Permiso Sanitario de Funcionamiento y/o SENASA: \_\_\_\_\_

N° de Póliza de Riesgos del Trabajo: \_\_\_\_\_

N° de Permiso de Construcción o Remodelación: \_\_\_\_\_

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

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

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

\_\_\_\_\_  
Firma del propietario del inmueble



ACTIVIDAD DE PATENTES  
REQUISITOS GENERALES PARA SOLICITUD DE LICENCIA COMERCIAL

1. **Formulario de Solicitud de Licencia Comercial**, sin tachaduras o manchones ni corrector, debidamente firmado por el solicitante de la patente comercial y el propietario del inmueble. En caso de que la propiedad se encuentre en derechos, deberá aportar una nota firmada por todos los copropietarios autorizando la actividad. Tratándose de las personas jurídicas, deberán aportar la personería jurídica con no más de un mes de emitida y la solicitud firmada por el (los) representante (s) legal (es).
2. **Copia por ambos lados de la cédula de identidad vigente** del solicitante y del propietario del inmueble. En caso de personas jurídicas, deberá aportar copia de la cédula de identidad del (de los) representante (s) legal (es). Lo mismos si se trata de propiedades en derechos, deberá aportar las copias de las cédulas de identidad de todos los copropietarios.
3. **Declaración jurada** con las advertencias del artículo 318 del Código Penal, para lo cual se debe utilizar el formato publicado en la página web institucional. (**NO debe ser Notarial**)
4. En caso de ser **extranjero** deberá aportar copia de la cédula de **residente permanente libre de condición vigente** y acreditar mediante documento emitido por la Dirección General de Migración y Extranjería que posee residencia permanente desde hace diez años o más. (Art. 8 Código de Comercio)
5. **Estar al día** con las obligaciones municipales (solicitante y propietario (s) del inmueble).
6. **Número de Resolución de Ubicación / Uso de Suelo** para la actividad y en la finca donde se pretende se ubica el establecimiento comercial, emitida por Planificación Urbana.
7. Adjuntar el pago del entero en donde conste el **pago de timbres** de ₡125,00 de Fiscales y ₡500,00 de Parques Nacionales.
8. **Número de Permiso sanitario de funcionamiento** extendido por el Ministerio de Salud, para la actividad y lugar donde se pretende ejercer y a nombre de la persona quien va a ejercer la actividad comercial y/o **Certificado Veterinario de Operación emitido por SENASA** cuando se requiera.
9. **Número de Constancia General de la Póliza de Riesgos del Trabajo o Constancia de exoneración** (en caso de que se trate de una persona física y no cuenta con empleados)
10. En caso de que el local sea nuevo o remodelado deberá indicar el **número permiso respectivo otorgado por la Municipalidad**.

**ADVERTENCIA:** una vez aprobada la licencia comercial, la persona interesada deberá pagar el impuesto correspondiente.




**ACTIVIDAD DE PATENTES  
REQUISITOS ESPECIALES PARA SOLICITUD DE LICENCIA COMERCIAL**

Al solicitar licencia municipal para el ejercicio de las actividades que seguidamente se detalla, deberán cumplir **adicionalmente** con los siguientes requisitos especiales:

- **Video juegos o alquiler de videos:** resolución de Control y Calificación de Espectáculos Públicos emitida por el Ministerio de Justicia y Gracia. categoría, con la clasificación de cuatro o más estrellas emitido por el ICT y declaratoria de interés turístico del ICT.
- **Explotación de tajos y canteras:** copia de resolución administrativa y del Decreto Ejecutivo mediante el cual se otorgó la concesión al solicitante para la explotación del tajo o cantera.
- **Parqueos Públicos:** resolución del Departamento de Ingeniería Vial del Ministerio de Obras Públicas y Transportes en la cual autorizó el funcionamiento del parqueo público.
- **Moteles, hoteles sin registro, casa de alojamiento ocasional y salas de masaje, night clubs con servicios de Habitación y similares:** certificación de inscripción y calificación emitida por la Unidad Administrativa del Instituto Mixto de Ayuda Social.
- **Negocios destinados al lavado de vehículos:** disponibilidad de agua emitida por el ente administrador del suministro de agua para el inmueble (Acueductos y Alcantarillados, Acueducto Municipal u otro). En caso de que se utilice agua de pozo deberá aportar la Concesión otorgada por el Departamento de Aguas del Ministerio de Ambiente y Energía para la explotación del respectivo pozo.
- **Guarderías infantiles y centros educativos privados para enseñanza maternal, preescolar:** certificación del Consejo Integral emitida por la Secretaría Ejecutiva del Consejo Atención Integral del Ministerio de Salud.
- **Radioemisoras y explotación de frecuencias:** licencia extendida por la Oficina Nacional de Seguridad Pública y Gobernación, para uso de la respectiva frecuencia.
- **Tramos dentro del Mercado Municipal:** Acuerdo del Concejo Municipal donde se autoriza el uso del tramo, producto de un alquiler.
- **Servicio de taxi carga:** autorización de ubicación previa por parte del Ministerio de Obras Públicas y Transportes.
- **Venta de Lotería:** adjudicación de la Junta de Protección Social para la venta de lotería.
- **Casino:** documentación que compruebe la clasificación de primera



# Anexo #9

 <b>INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS</b> <b>SEGURO OBLIGATORIO DE RIESGOS DEL TRABAJO</b> <b>SOLICITUD DE SEGURO</b>		Póliza N° <input type="text"/>
<b>REGISTRO</b>	Este documento solo constituye una solicitud de seguro y no representa garantía alguna de que la misma será aceptada por el INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS (INS), ni de que en caso de aceptarse, dicha aceptación concuerde con los términos solicitados en ella.	
	1. Fecha y hora:	Día: <input type="text"/> Mes: <input type="text"/> Año: <input type="text"/> Hora: <input type="text"/> 2. Lugar: <input type="text"/>
<b>DATOS DEL TOMADOR DEL SEGURO</b>	3. Tipo de trámite solicitado: <input type="checkbox"/> Emisión <input type="checkbox"/> Rehabilitación	
	4. Tipo de identificación: <input type="checkbox"/> Cédula Jurídica <input type="checkbox"/> Cédula Física <input type="checkbox"/> DIMEX / DIDI <input type="checkbox"/> Pasaporte	
	5. Número de identificación: <input type="text"/>	
	6. Nacionalidad: <input type="text"/>	
	7. Nombre o Razón Social: <input type="text"/>	
	8. Fecha de nacimiento o constitución de la sociedad: Día: <input type="text"/> Mes: <input type="text"/> Año: <input type="text"/>	
	9. Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino	
	10. Profesión u Ocupación: <input type="text"/>	
	11. Domicilio físico (por señas): <input type="text"/>	
	12. Provincia: <input type="text"/>	
	13. Cantón: <input type="text"/>	
	14. Distrito: <input type="text"/>	
	15. Apartado postal: <input type="text"/>	
16. Fax o Facsímil: <input type="text"/>		
17. Teléfonos: Celular: <input type="text"/> Domicilio: <input type="text"/> Oficina: <input type="text"/>		
18. Correo electrónico: <input type="text"/>		
19. Señale el medio por el cual desea recibir notificaciones del Seguro Obligatorio de Riesgos de Trabajo: <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Fax o Facsímil <input type="checkbox"/> Apartado postal <input type="checkbox"/> Domicilio físico		
<b>MODALIDADES DE ASEGURAMIENTO</b>	20. Seleccione la póliza que desea suscribir (marque solo una opción):	
	<b>PÓLIZAS DE PERIODO CORTO (Estas pólizas tienen una vigencia menor a un año)</b>	
	<input type="checkbox"/> RT-Construcción:	Asegura únicamente a los trabajadores que efectúan labores de construcción en la propiedad del Tomador del seguro. El Tomador del seguro debe ser una persona física y en su condición de patrón no se dedica en forma permanente a la actividad de construcción.
	<input type="checkbox"/> RT-Cosechas:	Asegura tanto a los trabajadores como al patrón en la actividad de recolección de cosechas. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.
	<input type="checkbox"/> RT-General:	Asegura tanto a los trabajadores como al patrón. El Tomador del seguro puede ser una física o jurídica.
	<input type="checkbox"/> RT-Especial Formación Técnica Dual:	Son pólizas adquiridas por empresas o centros de formación para la empleabilidad, que forman parte del convenio de educación o formación en la modalidad dual, sin que medie una relación laboral, para asegurar a los estudiantes que participan en estos programas de educación.
	<b>PÓLIZAS PERMANENTES (Estas pólizas tienen una vigencia igual o mayor a un año)</b>	
	<input type="checkbox"/> RT-Adolescente:	Asegura al Tomador del seguro que trabaja de forma independiente. El Tomador del seguro debe ser una persona física entre 15 años y menor de 18 años de edad.
	<input type="checkbox"/> RT-Agrícola:	Asegura tanto a los trabajadores como al patrón (máximo 10 personas), en actividades de mantenimiento y recolección en la finca del Tomador del seguro. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.
	<input type="checkbox"/> RT-Especial Formación Técnica Dual:	Son pólizas adquiridas por empresas o centros de formación para la empleabilidad, que forman parte del convenio de educación o formación en la modalidad dual, sin que medie una relación laboral, para asegurar a los estudiantes que participan en estos programas de educación.
<input type="checkbox"/> RT-General:	Asegura tanto a los trabajadores como al patrón. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.	
<input type="checkbox"/> RT-Hogar:	Asegura a los trabajadores permanentes y ocasionales que contrate para realizar actividades domésticas, de servicios o de mantenimiento en las casas de habitación declaradas. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.	
<input type="checkbox"/> RT-Independiente:	Asegura al Tomador del seguro que trabaja de forma independiente. El Tomador debe ser una persona física y debe estar inscrito como contribuyente en el Ministerio de Hacienda.	
<input type="checkbox"/> RT-Ocasional:	Asegura a los trabajadores que contrate ocasionalmente para realizar actividades de mantenimiento o de servicios en la casa de habitación, lote o terreno declarados por el Tomador del seguro. El Tomador del seguro puede ser una persona física o jurídica.	
<input type="checkbox"/> RT-Sector Público:	Asegura a los trabajadores del Estado, municipalidades e instituciones públicas. El Tomador del seguro es una persona jurídica.	
<b>Nota:</b> Si el Tomador del seguro es una persona física y no cuenta con trabajadores al momento de la solicitud de póliza, deberá suscribir la RT-Independiente.		
Instituto Nacional de Seguros / Dirección Oficinas Centrales: Calles 9 y 9 Bis, avenida 7, San José / Apdo. Postal 10061-1000 Central telefónica 2287-6000 / Fax: 2243-7062 / Consultas: <a href="mailto:contactenos@grupoina.com">contactenos@grupoina.com</a> / Defensoría del Cliente: <a href="mailto:defensoriadelcliente@grupoina.com">defensoriadelcliente@grupoina.com</a> Consulte nuestra página Web: <a href="http://www.grupoina.com">www.grupoina.com</a>		





**INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**  
**SEGURO OBLIGATORIO DE RIESGOS DEL TRABAJO**  
**PLANILLA DE EMISIÓN**

Póliza N°

	TI (1)	NACIONALIDAD	N° IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	F. NACIMIENTO	SEXO	TJ (2)	SALARIO MENSUAL	DÍAS	HORAS	OCUPACIÓN
1	-								-				
2	-								-				
3	-								-				
4	-								-				
5	-								-				
6	-								-				
7	-								-				
8	-								-				
9	-								-				
10	-								-				
11	-								-				
12	-								-				
13	-								-				
14	-								-				
15	-								-				
16	-								-				
17	-								-				
18	-								-				
19	-								-				
20	-								-				
TOTAL DE TRABAJADORES				TOTAL DE SALARIOS:									

**Codificación:**

- (1) Tipos de Identificación (TI): CN = Cedula Nacional, DU = DIMEX, NP = Número de Pasaporte, NT = Permiso de Trabajo
- (2) Tipos de Jornada (TJ): TC = Tiempo Completo, TM = Tiempo Medio, OD = Ocasional contratado por días, OH = Ocasional contratado por horas
- (3) Sexo: M=Masculino, F=Femenino

Declaro que la información aquí contenida es verídica, es completa y forma la base sobre la cual se fundamenta el Instituto para emitir el seguro que solicito. Convengo que cualquier omisión o información falsa o inexacta puede causar el rechazo de cualquier reclamación y la nulidad del contrato. Asimismo entiendo que la falsedad u omisión de cualquier información podría resultar en un intento de fraude contra el Instituto.

\_\_\_\_\_  
 Firma del Tomador del Seguro o Representante

\_\_\_\_\_  
 Nombre completo, identificación y puesto del Representante  
 (solo para personas jurídicas)

## **CAPITULO XII: BIBLIOGRAFÍA**

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw Hill.
- Bedolla Pereda, D. (2002). Diseño sensorial. Las nuevas pautas para la innovación, especialización y personalización del producto. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Bernanke, B. Frank, R. (2007) Principios de Economía. (3a , Edición). Madrid: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la Teoría General de la Administración. México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2018). Gestión de talento humano. (Quinta edición). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. Recuperado de: <http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.itcr.ac.cr/?il=9350&pg=75>
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. McGraw-Hill. <http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.itcr.ac.cr/?il=9350>
- GARCÍA PRADO, E. N. R. I. Q. U. E. (2016). Red de ventas y presentación de productos y servicios. Ediciones Paraninfo, SA.
- Goicochea Mechato, J. R. (2019). *Programa de tutoría para fortalecer capacidades de emprendimiento y administración empresarial en estudiantes de educación técnico productiva*. Perú: AlephImpresiones S.R.L.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Noviembre de 2017). *Estadística Vitales 2016 Población, nacimientos, defunciones y matrimonios*.

Obtenido de : <https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/replaccev2016.pdf>

Kotler, P. Armstrong, G. (2012). Marketing. (14a , Edición). México: Pearson Educación.

Mera, E. L. (2005). Presentaciones e imagen: un recurso estratégico para la venta. Ideaspropias Editorial SL.

Nuño, P. (2017). ¿Qué es un estudio de mercado? Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G., & Lopez Posada, L. M. (2017). *Emprendimiento Y creatividad; Aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Pedrosa (2019). Oferta de Enciclopedia Económica. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiró, A. (2015). Demanda. 2019, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Rodríguez Ardura Inma (2006). Principios y estrategias de marketing .Barcelona, España: Editorial UOC.

Rodríguez López, G., Rojas Neira , R., Rodríguez Murcia, S., Oñate Bello, G., Santana Vilora, L., Medellín Duarte, V., . . . Murcia Murcia, J. (2019). Formulación y criterios de evaluación. Bogotá: Alfaomega.

Sanabria, J. A. (2010). *Innovación para la generación de la idea de negocio*. Bogotá: Uniminuto Virtual y Distancia.

Sánchez Bonilla, S. S. (2016). Aquapilates para el fortalecimiento de la cintura lumbo-pélvica en lumbalgia crónica de origen no especificado. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17558/2/S%C3%A1nchez%20Bonilla%2C%20Sof%C3%ADa%20Silvana.pdf>

Sapag Chain, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGraw-Hill.

Sapag, Nassir & Sapag, Reinaldo (2008). *Preparación y evaluación de proyectos (5<sup>a</sup>.ed.)* México: Mc-Graw HILL Interamericana.

Sapag, Sapag & Sapag. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. (sexta edición). México, D.F. McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V. <http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.itcr.ac.cr/stage.aspx?il=&pg=&ed=>

Thompson, I. (2005). La mezcla de mercadotecnia. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.ht>