

Escuela de Administración de Empresas

*PROYECTO EMPRENDEDOR
INVESTIGACIÓN DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA UNA
VERDULERÍA.*

Realizado por:

Carlos Durán Mora

Profesora Guía:

Haydee Tiffer, M.B.A

Para optar al título de:

Bachillerato en Administración de Empresas.

SAN JOSE, COSTA RICA

II SEMESTRE 2014

Epígrafe

“Haz lo necesario para lograr tu más ardiente deseo, y acabarás lográndolo”

Mahatma Gandhi.

Dedicatoria

A mi Dios por darme la fuerza, inteligencia y ser mi guía en estos años.

A mis padres que incentivaron en mí el deseo de superación.

A mi pareja por los sacrificios realizados en estos años.

A todas las personas que creyeron en mí.

Agradecimientos

Gracias Señor Dios; por permitirme llegar a este momento, gratitud por la fuerza, la fortaleza y el entendimiento que me brindaste durante todos estos años.

Agradezco a mis profesores por la paciencia y por el empeño, por su dedicación en cada una de las clases y por transmitir de gran forma sus conocimientos, tanto didácticos como de vida.

Agradezco a mis padres, que nunca me dejaron flaquear e incentivaron en mi la perseverancia y el deseo de superación, pilares fundamentales para culminar mis estudios.

Por último, a mi pareja, por los momentos sacrificados para llegar a este punto.

Ficha Técnica

Nombre del proyecto: Proyecto emprendedor, investigación de prefactibilidad financiera para una verdulería.

Descripción del proyecto: el presente estudio está enfocado en comprobar la viabilidad financiera, técnica, legal y ambiental para la apertura de una verdulería en el Coyo de Alajuela. Se presentan las principales características del negocio:

- Brindar servicio a domicilio. Ofrecer a los clientes la posibilidad de entrega de frutas y verduras en su hogar.
- Calidad de los productos. Poner a disposición de los clientes productos con calidad superior a la que ofrecen los competidores de la zona.
- Servicio al cliente. Mantener un servicio al cliente diferenciado con respecto al que ofrece la competencia.

Sector económico: sector terciario, la propuesta de negocio se clasifica dentro de la actividad de comercio de bienes.

Ubicación geográfica: Alajuela, Cantón Central, Distrito San José; El Coyo de Alajuela.

Interesado del proyecto: Familia Durán Mora, parientes del ejecutor de la investigación.

Nombre del investigador: Carlos Durán Mora.

Teléfono y dirección electrónica del investigador:

Celular: 8812-6276, Oficina: 2212-2072, email: duanmora1801@hotmail.es

Objetivo académico: trabajo de investigación para optar por el título de Bachillerato en Administración de empresas.

Población beneficiaria: la población beneficiaria inicial serán las familias de la localidad del Coyol de Alajuela, principalmente los vecinos de Urbanización la Amistad, Urbanización Lomas del Coyol, Urbanización Los Olivos, Calle la Margarita, Urbanización Brúcelas, Calle el Salto y Coyol Central.

En una segunda etapa del proyecto que no se analizará en este estudio, se pretende expandir la zona de influencia de la empresa a la totalidad de comunidades que conforman el Coyol de Alajuela.

Costo Estimado de la primera etapa del proyecto: se estima un requerimiento de capital de al menos tres millones de colones para la construcción del local.

Costos de inversión inicial: para el inicio de operaciones se prevé una necesidad de capital de inversión de por lo menos ¢9,500,000.00

Posibles fuentes de financiamiento: la inversión inicial estará compuesta por aporte de socios los cuales ponen a disposición ¢8,000,000.00 y en caso de ser necesario mediante crédito del Sistema de Banca para el Desarrollo, en el programa FINADE, Fideicomiso Nacional para el Desarrollo.

Duración de la investigación: cuatro meses completos estimados entre los meses de julio y octubre 2014.

Índice general

Epígrafe	I
Dedicatoria	II
Agradecimientos	III
Ficha Técnica	IV
Índice general	VI
Índice de Cuadros	XIII
Índice de Gráficos	XVII
Índice de Figuras	XIX
Introducción	XXI
Capítulo I: Identificación.	1
1.1 Situación que origina el proyecto.	2
1.1.1 La idea del negocio.	2
1.1.2 Plan de negocio.	3
1.1.3 Financiamiento.	4
1.1.4 Constitución y puesta en marcha.	4
1.2 Problemas Oportunidades y necesidad a resolver.	5
1.2.1 Problema.	5
1.2.2 Oportunidades.	5
1.2.3 Necesidades a resolver.	6
1.3 Objetivos: General y Específicos.	6
1.3.1 Objetivo general.	6
1.3.2 Objetivos específicos.	7
1.3.3 Recursos de la investigación.	8
1.4 Justificación del estudio.	8
1.5 Localización física del proyecto y cobertura Espacial	9
1.6 Recursos Disponibles.	9
1.6.1 Recursos del proyecto.	9
1.7 Actores involucrados.	10
1.8 Alcances y limitaciones.	12
1.8.1 Etapa uno del proyecto.	12
1.8.2 Etapa dos del proyecto.	13

1.8.3 Etapa tres del proyecto.....	13
1.9 Conclusiones y recomendaciones del capítulo.....	14
1.9.1 Conclusiones:.....	14
1.9.2 Recomendaciones:.....	14
Capítulo II: Marco Teórico.....	16
2.1 Emprenderudismo.....	17
2.1.1 Tipos de emprendedores.....	17
2.1.2 Características de las personas emprendedoras.....	18
2.1.3 La idea del negocio.....	18
2.1.4 Fuentes de las ideas de negocio.....	19
2.1.5 Plan de negocio.....	20
2.2 Formulación y evaluación de proyectos.....	22
2.2.1 Concepto de proyecto.....	22
2.2.2 Tipos de proyecto.....	22
2.2.3 Etapas de un proyecto.....	23
2.2.4 Ciclo de vida de un proyecto.....	24
2.2.4 Estructura de un estudio de factibilidad.....	25
2.2.5 El estudio de mercadeo.....	25
2.2.5 El estudio técnico del proyecto.....	26
2.2.6 El estudio organizacional- administrativo.....	27
2.2.7 El estudio legal.....	27
2.2.8 El estudio financiero.....	27
2.2.9 El estudio del impacto ambiental.....	28
2.3 Mercadeo.....	29
2.3.1 Conceptos básicos de mercadeo.....	29
2.3.2 La demanda.....	29
2.3.2 La oferta.....	30
2.3.3 Producto, bienes o servicios.....	30
2.3.4 Cliente.....	31
2.3.5 Precio.....	32
2.3.6 Mezcla de mercadeo.....	33
2.3.6 Proveedores.....	34
2.3.7 Aspectos básicos del estudio de mercadeo.....	35
2.3.8 Proyección de mercado.....	37

2.4 Conceptos técnicos del proyecto.....	38
2.4.1 Balance de equipos.....	38
2.4.2 Balance de obras físicas.....	39
2.4.3 Balance de personal.....	40
2.4.4 Balance de insumos.....	41
2.4.5 Tamaño.....	41
2.4.6 Localización.....	42
2.4.7 Costos.....	43
2.5 Administración.....	44
2.5.1 Concepto.....	44
2.5.2 Estructura organizacional.....	45
2.5.2 Organigrama.....	45
2.5.3 Organización.....	45
2.5.3 Manual de puestos.....	46
2.6 Marco legal de la organización.....	47
2.6.1 Aspectos legales de importancia.....	47
2.7 Aspectos financieros del proyecto.....	48
2.7.1 Técnica de proyección de mercado.....	48
2.7.2 Estimación de costos.....	48
2.7.3 Terminología básica presupuesto de capital.....	49
2.7.4 Construcción de flujos de efectivo.....	50
2.7.5 Estructura del flujo de caja.....	51
2.7.6 Criterios de evaluación de proyectos.....	53
2.7.7 Tipos de análisis de riesgo.....	54
2.8 Aspectos generales del negocio.....	57
2.8.1 Concepto de Verdulería.....	57
2.8.2 Aspectos a tomar en cuenta en el desarrollo de la actividad.....	57
2.8.3 Aspectos que no se deben presentar en el negocio.....	57
2.8.4 Requisitos para la venta.....	58
2.8.5 Requisitos mínimos para el local.....	58
2.8.6 Requisitos mínimos para el Transporte.....	59
2.8.7 Requisitos mínimos para el personal.....	59
2.8.8 Prohibiciones en el local.....	59
2.9 Sistema Banca para el Desarrollo (SBD).....	59

Capítulo III: Marco Metodológico.	61
3.1 Enfoque de la investigación.	62
3.2 Alcance de la investigación.	62
3.3 Sujetos de la investigación.	63
3.4 Fuentes de la investigación.	63
3.5 Técnicas de investigación.	64
3.6 Muestreo.	65
3.7 Unidad de análisis.	65
3.8 Población.	66
3.9 Marco Muestral.	66
3.10 Tamaño de la muestra.	67
3.11 Trabajo de campo.	68
3.12 Prueba piloto.	68
3.13 Procesamiento de datos.	70
Capítulo IV: Estudio de Mercadeo	71
4.1 Investigación de mercado.	72
4.1.1 Análisis de datos de la encuesta.	72
4.1.2 Observación.	113
4.2 Análisis de la demanda.	122
4.3 Análisis de la oferta.	123
4.4 Producto (bien / servicio).	124
4.5 Análisis del cliente.	126
4.6 Análisis del precio.	127
4.7 Análisis de la estrategia de comercialización (4p`s).	130
4.7.1 Producto:	130
4.7.2 Precio:	131
4.7.3 Plaza:	131
4.7.4 Promoción:	131
4.8 Mercado de proveedores.	132
4.9 Determinación de costos e inversiones de mercadeo.	132
4.9.1 Publicidad:	132
4.10 Conclusiones del estudio de mercadeo.	133
4.11 Recomendaciones del estudio de mercadeo.	135
Capítulo V: Estudio Técnico.	136

5.1 Tamaño del producto.....	137
5.1.1 Producto.....	137
5.1.2 Servicio.....	139
5.2 Localización.	140
5.2.1 Macro.....	140
5.2.2 Micro.....	143
5.3 Descripción de la tecnología.	143
5.3.1 Caja Registradora.....	143
5.3.2 Balanza.....	144
5.3.2 Teléfono.	144
5.3.3 Computadora portátil.....	145
5.3.4 Vehículo.	146
5.3.5 Cortina arrollable galvanizada y motor para cortina.	147
5.4 Resumen de inversiones y costos de operación del proyecto.	148
5.4.1 Inversión en local.....	148
5.4.2 Inversión en mobiliario y equipo.....	149
5.4.3 Resumen de inversión en mobiliario y equipo.	150
5.4.4 Reposición de activos.	151
5.4.5 Costos de operación del proyecto.	152
5.4.6 Estructura de costos fijos y variables.	154
5.4.7 Estructura de costos directos e indirectos.....	155
5.5 Conclusiones del estudio técnico.	156
5.6 Recomendaciones del estudio técnico.....	157
Capítulo VI:	158
Estudio Organizacional, Ambiental y Legal.....	158
6.1 Organigrama.....	159
6.2 Procedimientos administrativos.....	160
6.3 Manual de puestos administrativos.....	164
6.3.1 Administrador.....	165
6.3.2 Dependiente en cajas.....	166
6.3.3 Dependiente en ventas.....	167
6.4 Requerimientos legales.....	168
6.4.1 Inscripción de la empresa ante el Registro Nacional.....	168
6.4.2 Determinación de procesos específicos según tipo de empresa.	169

6.4.3 Aspectos relacionados con la construcción del local comercial.	169
6.4.4 Inscripción de la empresa como contribuyente tributario.	171
6.4.5 Inscripción de la empresa ante el Instituto Nacional de Seguros.	171
6.4.6 Inscripción de la empresa ante la Caja Costarricense del Seguro social. ...	172
6.4.7 Solicitud de permisos sanitarios de funcionamiento ante el Ministerio de Salud.	173
6.4.8 Solicitud de la patente municipal.	173
6.4.9 Requisitos para apertura de cuentas bancarias.	174
6.5 Normativa ambiental aplicada al proyecto.	175
6.6 Determinación de costos e inversiones del estudio organizacional, legal y ambiental.	176
6.6 Conclusiones del estudio organizacional, legal y ambiental.	176
6.7 Recomendaciones del estudio organizacional, legal y ambiental.	177
Capítulo VII: Estudio Financiero.	179
7.1 Resumen de inversiones y costos del proyecto.	180
7.1.1 Costos asociados al estudio organizacional, legal y ambiental.	180
7.1.2 Costos asociados al estudio técnico.	180
7.2 Construcción de flujos de caja.	181
7.2.1 Flujo de caja pesimista.	182
7.2.2 Flujo de caja realista.	183
7.2.3 Flujo de caja optimista.	184
7.3 Estructura de financiamiento del proyecto.	185
7.4 Indicadores financieros de factibilidad.	185
7.4.1 Tasa interna de retorno.	185
7.4.2 Valor actual neto.	185
7.4.3 Periodo de recuperación.	186
7.5 Análisis de sensibilidad y riesgo financiero.	186
7.5.1 Ingresos.	186
7.5.2 Costo de ventas.	187
7.5.3 Gastos.	188
7.5.4 Impuestos.	188
7.5.5 .Tasa de rendimiento.	188
7.5.6 Sustitución de activos.	189
7.5.7 Capital de trabajo.	189
7.2.8 Inversión Inicial.	189

7.6 Conclusiones del estudio financiero.	189
7.7 Recomendaciones del estudio financiero.	190
Capítulo VIII:	191
Análisis integral del estudio de riesgo del proyecto.	191
8.1 Análisis integral del estudio de riesgo del proyecto.	192
8.2 Posibles riesgos del proyecto.	194
8.2.1 Municipalidad de Alajuela.....	195
8.2.2 Posibles socios.	195
8.2.3 Entidades financieras.....	195
8.2.4 Registro Nacional.	195
8.2.5 Aseguradoras.	196
8.2.7 Caja Costarricense del Seguro Social.....	196
8.2.8 Contratistas.....	196
8.2.9 Proveedores.	197
8.2.2 Proveedor de inventario.....	197
8.3 Mitigación de riesgos del proyecto.....	197
Capítulo IX:	199
Conclusiones y recomendaciones generales.....	199
9.1 Conclusiones generales.....	200
9.2 Recomendaciones generales.....	202
Capítulo X: Anexos.....	203
Capítulo XI: Apéndices.	252
Capítulo XII: Bibliografía.....	270

Índice de Cuadros

Cuadro 1 Matriz de actividades e involucrados	11
Cuadro 2 Estructura básica del plan de negocio	21
Cuadro 3 Aspectos básicos del estudio de mercadeo.	36
Cuadro 4 Distribución de encuestas aplicadas	68
Cuadro 5. Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de las familias de las personas entrevistadas	72
Cuadro 6. Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de todos los miembros de las familias de las personas entrevistadas	73
Cuadro 7. Coyol, Alajuela: distribución del consumo semanal de frutas de las familias de los entrevistados	74
Cuadro 8. Coyol, Alajuela: distribución del consumo semanal de verduras de las familias de los entrevistados	75
Cuadro 9. Coyol, Alajuela: frutas compradas regularmente por las personas entrevistadas	77
Cuadro 10. Coyol, Alajuela: verduras compradas regularmente por las personas entrevistadas	78
Cuadro 11. Coyol, Alajuela: distribución de lugares de compra habitual de frutas y verduras de los encuestados	79
Cuadro 12. Coyol, Alajuela: distribución de comercios donde habitualmente compran frutas y verduras las personas encuestadas	81
Cuadro 13. Coyol, Alajuela: distribución de la localización de los comercios donde habitualmente los encuestados compran frutas y verduras	82
Cuadro 14. Coyol, Alajuela: forma en la que los entrevistados se enteraron del lugar donde compran frutas y verduras	83
Cuadro 15. Coyol, Alajuela: opinión sobre la satisfacción de los entrevistados con la calidad de frutas y verduras	85
Cuadro 16. Coyol, Alajuela: distribución de los motivos por los que las personas encuestadas están satisfechas con la calidad de frutas y verduras que compran	86
Cuadro 17. Coyol, Alajuela: distribución de los motivos por los que las personas encuestadas están insatisfechas con la calidad de frutas y verduras que compran ..	87
Cuadro 18. Coyol, Alajuela: posición de los entrevistados con respecto al cambio de lugar donde compran frutas y verduras	88

Cuadro 19. Coyol, Alajuela: distribución de las razones por las que los entrevistados estarían dispuestos a cambiar el lugar donde compran frutas y verduras.....	89
Cuadro 20. Coyol, Alajuela: distribución de la periodicidad de compra de frutas y verduras de las personas encuestadas	91
Cuadro 21. Coyol, Alajuela: distribución de la forma habitual de pago por frutas y verduras de las personas encuestadas	93
Cuadro 22. Coyol, Alajuela: distribución del momento del día en que los encuestados realizan compras de frutas y verduras	94
Cuadro 23. Coyol, Alajuela: forma habitual de transporte de frutas y verduras de los encuestados	95
Cuadro 24. Coyol, Alajuela: distribución de la suma de pago por el transporte de frutas y verduras de los encuestados	96
Cuadro 25. Coyol, Alajuela: distribución de la disposición de compra en una nueva verdulería en urbanización lomas del coyol	97
Cuadro 26. Coyol, Alajuela: disposición de compra mediante entrega a domicilio de los encuestados	98
Cuadro 27. Coyol, Alajuela: preferencia para entrega de pedidos, según momento del día.....	99
Cuadro 28. Coyol, Alajuela: preferencia para entrega de pedidos, según el día	100
Cuadro 29. Coyol, Alajuela: distribución de preferencia de forma de cobro de los pedidos, según tipo de forma de pago.....	101
Cuadro 30. Coyol, Alajuela: disposición a pagar por el servicio a domicilio	102
Cuadro 31. Coyol, Alajuela: distribución del monto dispuesto a pagar por los entrevistados por el servicio a domicilio.....	103
Cuadro 32. Coyol, Alajuela: condiciones que debe cumplir un pedido para ser aceptado por el cliente.....	104
Cuadro 33. Coyol, Alajuela: condiciones que debe cumplir una verdulería mencionadas por los encuestados	105
Cuadro 34. Coyol, Alajuela: distribución de edades de las personas encuestadas ..	106
Cuadro 35. Coyol, Alajuela: distribución del lugar de residencia de las personas encuestadas.....	107
Cuadro 36. Coyol, Alajuela: distribución según sexo de las personas encuestadas	108
Cuadro 37. Coyol, Alajuela: distribución según número de personas en los hogares de los encuestados.....	109
Cuadro 38. Coyol, Alajuela: distribución según ocupación principal de las personas encuestadas.....	110

Cuadro 39. Coyoil, Alajuela: distribución según último grado de educación aprobado de las personas encuestadas	111
Cuadro 40. Coyoil, Alajuela: distribución del nivel de ingresos netos de las familias de los entrevistados	112
Cuadro 41. Verificación de la competencia; plaza ferias Alajuela centro	114
Cuadro 42. Verificación de la competencia; pali coyol Alajuela.....	116
Cuadro 43. Verificación de la competencia; maxi pali Alajuela centro.....	118
Cuadro 44. Verificación de la competencia; mega súper barrio san José	120
Cuadro 45. Frutas de compra regular por los encuestados	124
Cuadro 46. Verduras de compra regular por los encuestados	125
Cuadro 47 Cálculo del precio de venta	129
Cuadro 48. Precio por transporte según localidad	130
Cuadro 49. Estimación de la demanda semanal para la nueva verdulería, según cantidad de viviendas por posibles escenarios.....	134
Cuadro 50. Estimación del pedido promedio semanal según producto	137
Estimación del pedido promedio semanal según producto	137
Cuadro 51. Estimación de la demanda semanal según producto, por posibles escenarios.....	138
Cuadro 52. Estimación de la demanda semanal del servicio de entrega a domicilio según localidad, por posibles escenarios.....	139
Cuadro 53 Resumen de costos de materiales y mano de obra para el local de la nueva verdulería	148
Cuadro 54. Resumen de costos de materiales y mano de obra para estantería.....	150
Cuadro 55. Resumen de costos de mobiliario y equipo para la nueva verdulería	151
Resumen de costos de mobiliario y equipo para la nueva verdulería.....	151
Cuadro 56.Resumen de reposición de activos.....	151
Resumen de reposición de activos	151
Cuadro 57. Resumen de costo mensual de suministros para la verdulería.....	152
Cuadro 58. Resumen de costo mensual de servicios para la verdulería	152
Cuadro 59. Resumen de costo mensual de salarios	153
Cuadro 60. Resumen de costo mensual de cargas sociales.....	154
Cuadro 61 Estructura mensual de costos fijos	154
Cuadro 62. Estructura mensual de costos variables.....	155

Cuadro 63. Estructura mensual de costos directos	155
Cuadro 64. Estructura mensual de costos indirectos	156
Cuadro 65 Descripción de puesto de Administrador	165
Cuadro 66 Descripción de puesto dependiente en cajas	166
Cuadro 67 Descripción de puesto dependiente en ventas.	167
Cuadro 68 Costos e inversiones del estudio organizacional, legal y ambiental.	176
Cuadro 69 Resumen del gasto mensual por depreciación y el valor de liquidación de activos	181
Cuadro 70 Flujo de caja proyectado escenario pesimista.	182
Cuadro 71 Flujo de caja proyectado escenario realista.	183
Cuadro 72 Flujo de caja proyectado escenario optimista.....	184
Cuadro 73 Resultados de los indicadores financieros (VAN, TIR,PER).....	186
Cuadro 74. Plan de mitigación de riesgos de la primera etapa del proyecto	198

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de las familias de las personas entrevistadas.....	73
Gráfico 2. Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de todos los miembros de las familias de las personas entrevistadas.....	74
Gráfico 3. Consumo semanal de frutas de las familias de los entrevistados.....	75
Gráfico 4. Consumo semanal de verduras de las familias de los entrevistados.....	76
Gráfico 5. Distribución de lugares de compra habitual de frutas y verduras de los encuestados.....	80
Gráfico 6. Distribución de comercios donde habitualmente compran frutas y verduras las personas encuestadas.....	82
Gráfico 7. Distribución de la localización de los comercios donde habitualmente los encuestados compran frutas y verduras.....	83
Gráfico 8. Forma en la que los entrevistados se enteraron del lugar donde compran frutas y verduras.....	84
Gráfico 9. Opinión sobre la satisfacción de los entrevistados con la calidad de frutas y verduras.....	85
Gráfico 10. Motivos por los que las personas encuestada están satisfechos con la calidad de frutas y verduras que compran.....	87
Gráfico 11. Motivos por los que las personas encuestadas están insatisfechas con la calidad de frutas y verduras que compran.....	88
Gráfico 12. Posición de los entrevistados con respecto al cambio de lugar donde compran frutas y verduras.....	89
Gráfico 13. Razones por las que los entrevistados estarían dispuestos a cambiar el lugar donde compran frutas y verduras.....	90
Gráfico 14. Periodicidad de compra de frutas y verduras de las personas encuestadas.....	92
Gráfico 15. Forma habitual de pago por frutas y verduras de las personas encuestadas.....	93
Gráfico 16. Momento del día en que los encuestados realizan compras de frutas y verduras.....	94
Gráfico 17. Forma habitual de transporte de frutas y verduras de los encuestados.....	95
Gráfico 18. Pago por el transporte de frutas y verduras de los encuestados.....	96

Gráfico 19. Disposición de compra en una nueva verdulería en urbanización lomas del coyol	97
Gráfico 20. Disposición de compra mediante entrega a domicilio	98
Gráfico 21. Preferencia para entrega de pedidos según momento del día	99
Gráfico 22. Preferencia para entrega de pedidos, según el día.....	100
Gráfico 23. Preferencia de forma de cobro de los pedidos	101
Gráfico 24. Disposición a pagar por el servicio a domicilio	102
Gráfico 25. Monto dispuesto a pagar por los entrevistados por el servicio a domicilio	103
Gráfico 26. Distribución de edades de las personas encuestadas.....	107
Gráfico 27. Distribución del lugar de residencia de las personas encuestadas	108
Gráfico 28. Distribución según sexo de las personas encuestadas	109
Gráfico 29. Distribución según número de personas en los hogares de los encuestados	110
Gráfico 30. Distribución según ocupación principal de las personas encuestadas	111
Gráfico 31. Distribución según último grado de educación aprobado de las personas encuestadas.....	112
Gráfico 32. Distribución del nivel de ingresos netos de las familias de los entrevistados.....	113

Índice de Figuras

Figura 1. Ciclo de vida de un proyecto.....	24
Figura 2. Las cuatro P de la mezcla de mercadeo.....	34
Figura 3. Formato de balances de equipo.....	38
Figura 4. Formato de calendario de inversiones de reposición	39
Figura 5. Formato de balances de obras físicas	40
Figura 6 Formato de balances de personal.....	40
Figura 7 Formato de balances de insumos.....	41
Figura 8. Costos, volúmenes y distancia de fuentes de abastecimiento.....	43
Figura 9. Pasos para establecer un sistema organizacional	46
Figura 10 Estructura del flujo de caja.....	51
Figura 11 Fórmula cálculo VAN	53
Figura 12 Fórmula cálculo TIR.....	53
Figura 13 Fórmula cálculo PER	54
Figura 14 Esquema para calificar cuantitativamente los riesgos.....	55
Figura 15 Zona de influencia inicial	67
Figura 16 Boletín de Volúmenes y precios CENADA.....	128
Figura 17 Precios sugeridos para la feria del agricultor CNP	129
Figura 18 Vista de la localidad del Coyol de Alajuela.....	142
Figura 25 Caja registradora CASIO PCRT 280.....	143
Figura 26 Balanza SmartWeight ACS-21	144
Figura 27 Teléfono Semi Fijo Vtch T2429.....	145
Figura 28 Computadora portátil DELL Vostro 5470.....	145
Figura 29 Computadora portátil Toshiba Satélite L655D-SP5160M.....	146
Figura 30 Motocicleta Jialing 150 cc.	146
Figura 31 Cortina arrollable galvanizada.....	147
Figura 32 Motor para cortina arrollable galvanizada.....	147
Figura 33 Diseño preliminar de la estantería.	149
Figura 34 Cajón para verdulería	149

Figura 35 Organigrama	159
Figura 36 Procedimiento para asignación de precios.....	160
Figura 37 Procedimiento para compra de mercadería	161
Figura 38 Procedimiento para atención de clientes en el local.....	162
Figura 39 Procedimiento para atención de pedidos	163
Figura 40. Probabilidad de ocurrencia de riesgos.....	192
Figura 41. Consecuencia en caso de materialización de riesgos.....	193
Figura 42. Matriz de calor o de riesgos.....	193

Introducción

Por lo general la economía de un país es soportada por pequeñas y medianas empresas, Costa Rica no es la excepción, según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), estas empresas aportan al país alrededor de un tercio de la producción (30% del PIB) y la mitad del empleo en los sectores de industria, comercio, servicios y tecnologías de información.

Dada la importancia de las pequeñas y medianas empresas, instituciones educativas como el INA (Instituto Nacional de Aprendizaje) y el ITCR (Instituto Tecnológico de Costa Rica), promueven el desarrollo de sus estudiantes en el ámbito del emprendurismo. Petry y Levendiker (2010) en el Decimoséptimo Informe del estado de la nación en cuanto al emprendurismo en Costa Rica indican:

Actualmente, en el sistema educativo predomina un enfoque dirigido a la formación de futuros empleados y no a la formación de futuros empresarios. No obstante, en los últimos años se nota un creciente esfuerzo por incorporar el fomento al espíritu emprendedor y desarrollar programas para estimular la implementación de nuevas ideas entre sus estudiantes.

La tasa de actividad emprendedora en el país se acerca en promedio a la de los países con mejores índices de desarrollo humano con economías basadas en eficiencia. Asimismo, a finales de 2010 se han propiciado esfuerzos muy valiosos para fomentar el apoyo a los emprendimientos del país. Uno de ellos fue la aprobación por parte del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de la primera Política Nacional de Emprendimiento (Costa Rica Emprende), la cual pretende de manera integral promover y fomentar el desarrollo emprendedor del país. Además, se impulsó la creación de un Sistema Nacional y Red Nacional de Incubadoras y Aceleradores Empresariales en diferentes regiones del país, así como reformas al sistema de Banca para Desarrollo (SBD); que pretende reformar la ley, para liberar el peaje bancario y además destinar a capital semilla el 5% de

los presupuestos ordinarios y extraordinarios del Instituto Nacional de Aprendizaje (p.1).

Las facilidades de financiamiento, el acceso a capacitación y sobretodo el espíritu emprendedor, son los factores que impulsan a la familia Durán Mora a incursionar en el ámbito empresarial, mediante el establecimiento de una empresa dedicada al comercio de frutas, verduras y afines.

La investigación pretende cumplir dos objetivos, cumplir con el requisito para la obtención del título de bachillerato en administración de empresas del ejecutante de la investigación y verificar si la idea de negocio viable desde el punto de vista financiero, técnico, legal y ambiental.

El proyecto contiene los siguientes capítulos:

Capítulo I, este describe los antecedentes generales del proyectos, la idea del negocio, justificación, problema de investigación, objetivos generales y específicos.

Capítulo II, contiene el marco conceptual en el cual se apoyará la investigación, este copila conceptos e información necesarios para el desarrollo del proyecto.

Capítulo III, el marco metodológico, desempeña la función de sustentar el proyecto de una forma científica, es el respaldo de la investigación.

Capítulo IV, el estudio de mercado, su finalidad es analizar la oferta y la demanda, estrategias de comercialización, análisis de clientes, proveedores y competencia.

Capítulo V, se explicara en este capítulo lo referente al estudio técnico, el cual cubrirá aspectos como inversiones iniciales, estudio de costos, análisis de proveedores, localización macro y micro, instalaciones y tecnología.

Capítulo VI, estudio organizacional, ambiental y legal, con los cuales se determinaran aspectos administrativos como procedimientos, organigrama,

manual de puestos, requerimientos legales y ambientales, determinación de costos de los apartados organizacional y legal.

Capítulos VII, el estudio financiero, se analizaran las inversiones, el flujo de efectivo, indicadores financieros y sensibilidad para determinar la viabilidad financiera de proyecto.

Capítulo VIII, se analizara de forma integral el riesgo del proyecto utilizando la herramienta matriz de calor (matriz de riesgos).

Capítulo IX se desarrollaran las conclusiones y las recomendaciones sobre los datos obtenidos.

Capítulo I: Identificación.

En este capítulo se destina a ubicar al lector en aspectos generales de la investigación como: la situación que origina el proyecto, problema de la investigación, oportunidades, necesidades, objetivo general y específicos además de la justificación del estudio.

1.1 Situación que origina el proyecto.

Alcaraz, 2011, (p.10) indica, la palabra creatividad significa dar origen a algo nuevo, es decir, hacer algo nuevo que no había, e incluso aplicar cambios a lo ya existente, una modificación, que le añada particularidades que no tenía y que mejore sus características para obtener eficiencia y eficacia, a esto último se le conoce como innovación.

A continuación se presentan los conceptos básicos expuestos por los interesados y que pretenden innovar el negocio de la venta de frutas y verduras en la localidad del Coyol de Alajuela.

1.1.1 La idea del negocio.

Hace algún tiempo se nota por parte de la familia Duran Mora, que hay personas en su comunidad, sobre todo parejas de reciente formación, que poseen problemas para realizar las compras de la llamada feria del agricultor (compras de frutas, verduras y afines); esto en mayor medida a la falta de tiempo debido al ritmo actual de vida; en el cual se destina la mayor parte del día a otras actividades como trabajo o universidad. Referente a este tema algunas publicaciones señalan:

Zamora y Campos (2011) P. 10, en la publicación Falta de Balance de la vida profesional y personal de los directivos Costarricenses indican:

Entre los resultados obtenidos, se evidenció cómo un 62% de la muestra expresa que las razones principales por las que este segmento extiende su jornada laboral más de lo conveniente es debido a la naturaleza de su trabajo, la cual en ocasiones tiene picos difíciles de prever...las personas consultadas señalaron que en ocasiones descuidan la planificación de sus actividades familiares.

Barrantes (2013), en el artículo “Ticos se la juegan para hacer rendir las 24 Horas del día, publicado el 23 de junio de 2013, señala algunas de las percepciones de los Costarricenses en cuanto al tema del tiempo: “Ajetreo diario resta calidad de vida con los seres queridos”; “Ticos se la juegan para hacer rendir las 24 horas del día”; “Mi tiempo está muy contado. Empieza desde la madrugada para alistar todo, porque a la 7 a.m. cada uno sale al trabajo”; “Es difícil. Uno no se puede quedar en la casa porque hoy la economía del hogar no la puede llevar una sola persona”; “Las 24 horas parecen no ser suficientes ni para ella ni para un sector importante de la población”.

En la actualidad la familia Costarricense, conserva un estilo de vida en la cual el tiempo está limitado; es este el principal factor que impulsa la creación de una empresa que ofrezca mediante el servicio a domicilio, llevar las compras de frutas y verduras a los hogares que lo necesiten, minimizando el tiempo que invierten en esta tarea.

1.1.2 Plan de negocio.

La empresa desea incorporarse al mercado del comercio de frutas, verduras y afines; la zona de influencia inicial será la localidad del Coyol de Alajuela (de este tema se hablara con mayor precisión en los capítulos de estudio de mercado y estudio técnico); el mercado que se pretende abarcar está constituido por familias que tengan tiempo limitado para realizar las compras de estos productos o que simplemente deseen utilizar el servicio a domicilio por comodidad, también se mantendrá una parte del local destinado a la atención normal del clientes.

La compañía operará en el sector comercio, venta de bienes y servicios, el negocio estará enfocado en la venta de productos pero con el valor agregado del servicio a domicilio, pretende ganar la fidelidad de los clientes ofreciendo productos de excelente calidad, servicio al cliente diferenciado y precios accesibles.

El servicio a domicilio se implementara con el objetivo de simplificar las compras, reducir costos de transporte y el tiempo que invierten las personas en esta tarea. Los pedidos se atenderán vía telefónica, correo electrónico o el medio que mejor le convenga al cliente, acordando fecha y hora de entrega

1.1.3 Financiamiento.

El financiamiento, es uno de los principales aspectos a considerar al momento de iniciar una microempresa; Castro y Rufino (2010) conceptualizan el financiamiento como “búsqueda de los recursos necesarios para poder llevar a la práctica el proyecto empresarial” (p.25).

Para las personas interesadas en la investigación, es de vital importancia verificar la viabilidad financiera de la propuesta, en caso de que el estudio muestre dicha viabilidad, el financiamiento de la empresa se realizara por medio de emisión de acciones y en caso de ser necesario, algún tipo de facilidad crediticia. El tema de financiamiento; si amerita, se abordara con mayor detenimiento en el estudio financiero.

1.1.4 Constitución y puesta en marcha.

“Una vez identificada y evaluada la idea de negocio, desarrollado el plan y obtención de recursos necesario para llevarla a cabo, llega el momento de constituir y poner en marcha el negocio”, Castro y Rufino (2010, p.25).

La constitución y puesta en marcha de la empresa, depende esencialmente del resultado que muestre el estudio financiero; la expectativa, en caso de que la investigación demuestre viabilidad financiera, es el inicio de operaciones entre junio y julio 2015.

1.2 Problemas Oportunidades y necesidad a resolver.

1.2.1 Problema.

El presente estudio pretende encontrar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Es viable desde la perspectiva financiera, técnica, legal y ambiental realizar la inversión para el establecimiento de una verdulería en la localidad del Coyol de Alajuela?

1.2.2 Oportunidades.

Los solicitantes del estudio plantean las siguientes necesidades como oportunidades de negocio:

- El estilo de vida actual de muchas de las familias de reciente formación en la localidad del Coyol de Alajuela, hace que el tiempo este destinado a actividades como trabajo, universidad, actividades de esparcimiento entre otras. Surge la idea de establecer una empresa que brinde la posibilidad de reducir el tiempo que las personas utilizan para realizar las compras de frutas y verduras, mediante la entrega a domicilio.
- La calidad que ofrecen los supermercados o abastecedores de la localidad en cuanto a frutas y verduras es deficiente, además la feria del agricultor que se organiza en la comunidad solamente brinda el servicio los días domingo, día que la mayor parte de las familias destinan al esparcimiento.
- En el país en general hay una tendencia a mantener estilo de vida saludable mediante el ejercicio y el consumo de productos sanos como frutas y verduras. Entidades como el Ministerio de Salud promueven

integrar este tipo de alimentos en la dieta diaria. Otro de los motivos que impulsan al consumo de este tipo de comestibles es el factor salud, esto debido a que tanto las frutas como las verduras están asociadas a beneficios como la prevención de enfermedades, fortalecimiento del sistema inmunológico y aumento del rendimiento físico.

- En el desarrollo de la investigación se determinará si la perspectiva del mercado que poseen los interesados concuerda con las necesidades de los clientes, esto mediante el estudio de mercado que se desarrollara en el capítulo cuatro.

1.2.3 Necesidades a resolver.

La principal necesidad a resolver en la investigación es la generación de un estudio que verifique o desacredite la viabilidad financiera y recopile la opinión de los posibles clientes sobre el modelo de negocio a implementar. El objetivo general y los específicos de la investigación se muestran continuación.

1.3 Objetivos: General y Específicos.

La investigación pretende concluir con evidencia clara y suficiente los siguientes objetivos:

1.3.1 Objetivo general.

Definir si existe prefactibilidad financiera, técnica, legal y ambiental para una verdulería en la localidad del Coyal de Alajuela.

1.3.2 Objetivos específicos.

- A.** Identificar la oferta y la demanda que tendrá la nueva verdulería, evaluando al consumidor, la competencia y los proveedores.
- B.** Analizar la estrategia de comercialización según el concepto de mezcla de mercadeo (4Ps).
- C.** Determinar la zona de influencia macro y micro de la nueva empresa.
- D.** Determinar cuál será la estructura organizacional, los procedimientos administrativos básicos y descripción de puestos mínimos para la creación de la empresa.
- E.** Determinar los requerimientos básicos tanto legales como ambientales, para el establecimiento de la nueva compañía.
- F.** Determinar costo e inversión en cuanto a infraestructura, capital de trabajo, mano de obra, equipo, recursos materiales, mercadeo y trámites legales para la puesta en marcha como para el inicio de operaciones del proyecto.
- G.** Calcular el flujo de efectivo y los costos de operación para el mantenimiento financiero de la empresa.
- H.** Analizar los indicadores financieros valor actual neto y tasa interna de retorno así como el periodo de recuperación.
- I.** Identificar los posibles riesgos que podría enfrentar la nueva empresa.

1.3.3 Recursos de la investigación.

- **Vehículo:** Se cuenta con una motocicleta, para el traslado del investigador a las diferentes zonas donde se llevara a cabo el trabajo de campo.
- **Recursos informáticos:** programas de office, programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 0.20, acceso a material bibliográfico digital por medio de la biblioteca del Instituto Tecnológico de Costa Rica.
- **Material bibliográfico impreso:** acceso a la biblioteca del Centro Académico San José del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

1.3 Justificación del estudio.

Al momento de invertir en nuevos negocios es imprescindible verificar la factibilidad financiera del modelo empresarial que se pretende implementar, con el objetivo de identificar las oportunidades y los riesgos que podría enfrentar el inversionista y el proyecto.

Referente a este tema Gitman (2007) menciona; las inversiones a largo plazo representan desembolsos importantes de fondos que comprometen a una empresa a tomar algún curso de acción. Por consiguiente, la empresa necesita procedimientos para analizar y seleccionar adecuadamente sus inversiones a largo plazo. Debe ser capaz de medir los flujos de capital y aplicar las técnicas de decisión apropiadas (p 317).

Verificar el posible mercado es una tarea indispensable para cualquier empresario al tomar decisiones de inversión.

(Hair, Busch, Ortinau, 2010, p 4); definen la **investigación de mercados** como la función que enlaza una organización con su mercado mediante la recopilación de información. Esta información facilita la identificación, definición de oportunidades y problemas de mercado, así como el desarrollo y la evaluación de acciones de mercadotecnia; también permite vigilar el desempeño del mercado y mejorar la comprensión de la mercadotecnia como un proceso de negocios.

El presente estudio se justifica debido a que es necesario previo a la inversión, verificar la viabilidad financiera, la aceptación del modelo de negocio planteado y evaluar el mercado potencial; en aras de minimizar los riesgos inherentes en la posible inversión. Además la investigación se fundamenta en intereses académicos y personales. Poder aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación en administración de empresas del autor es trascendental en este trabajo.

1.4 Localización física del proyecto y cobertura Espacial

Se ubicará en Urbanización Lomas del Coyol, Alajuela, Costa Rica. La zona de influencia en la primera etapa pretende brindar servicio a gran parte de la localidad del Coyol de Alajuela, con expectativas de expansión en etapas posteriores del proyecto a los distritos aledaños.

1.6 Recursos Disponibles.

1.6.1 Recursos del proyecto.

- **Recursos económicos:** la inversión inicial se compone de capital aportado por los socios y en caso de ser necesario, la posibilidad de financiamiento por medio del Sistema de Banca de Desarrollo mediante el programa FINADE (Fideicomiso Nacional para el Desarrollo).

- **Terreno y edificios:** parte del aporte de uno de los socios, corresponde al lugar donde se instalara la empresa es importante mencionar que una porción de la inversión inicial debe destinarse al acondicionamiento del lugar donde se llevaran a cabo las operaciones de la compañía.
- Recursos humano: los miembros de la familia ocuparan los puestos necesarios para el desarrollo de la actividad.

1.7 Actores involucrados.

El siguiente cuadro muestra los involucrados en cada una de las actividades, roles y su nivel de relevancia para la apertura del nuevo negocio. El nivel de relevancia señalado en el cuadro está determinado por la siguiente escala: alto (su rol es imprescindible en el proyecto), medio (su rol es importante pero puede ser sustituido provocando impactos importantes en el proyecto) o bajo (puede ser sustituido provocando impactos menores en el proyecto). Este tema se desarrollara con mayor detenimiento en el capítulo de análisis de riesgo.

Cuadro 1 Matriz de actividades e involucrados

<u>Involucrados</u>	<u>Actividad</u>	<u>Papel o rol</u>	<u>Nivel de relevancia</u>
Municipalidad de Alajuela	Otorgamiento de permisos de funcionamiento y patentes. Otorgamiento de permisos para remodelación del local.	Evaluar el otorgamiento de los permisos necesarios para la nueva verdulería.	Alto
Socios	Aporte de capital para inversión inicial y capital de trabajo.	Aportar el capital necesario para las inversiones.	Alto
Entidades financieras	Otorgamiento de facilidades financieras.	Evaluar la capacidad de pago del proyecto en caso de haber necesidad de financiamiento. Apertura de cuentas corrientes.	Medio
Registro Nacional	Inscripción de la empresa.	Aprobación de los trámites de inscripción de la empresa ante registro público, marca y nombre comercial.	Alto
Aseguradora	Otorgamiento de seguro para el local y vehículos además de póliza de riesgo para los trabajadores.	Evaluación de pólizas y coberturas necesarias.	Medio
Ministerio de Salud	Otorgamiento de permisos sanitarios de funcionamiento.	Evaluar el otorgamiento de permisos sanitarios.	Alto
CCSS (Caja Costarricense del Seguro Social)	Inscripción de la empresa ante la CCSS (inscripción patronal y aseguramiento de los trabajadores)	Inscribir la compañía en el régimen contributivo.	Alto
Contratistas	Construcción del local e instalación del mobiliario.	Cumplir con el contrato de construcción.	Medio
Proveedor (Deposito de materiales)	Compra de materiales necesarios para la construcción del local.	Aportar de forma oportuna los materiales necesarios.	Medio
Proveedor (Equipo y suministros)	Compra de equipo y suministros necesarios.	Cumplir con lo acordado en las compra.	Medio
Proveedor (Inventario)	Suministrar los productos para la venta.	Mantener a disposición el inventario necesario.	Alto

1.8 Alcances y limitaciones.

Según las expectativas de los socios el proyecto debería de ejecutarse en tres fases o etapas, la primera, etapa de pre inversión la cual se desarrollara en este estudio y pretende verificar la viabilidad financiera del proyecto. Una segunda etapa de expansión de la zona de influencia y por último la apertura de locales en otras comunidades.

1.8.1 Etapa uno del proyecto.

Etapa de pre inversión, esta es el motivo principal de la presente investigación; establece el proyecto en la localidad del Coyal de Alajuela y proyecta ofrecer los productos (frutas, verduras y afines) a través de dos medios; pedidos entregados a domicilio y venta directa a clientes. En el caso del servicio a domicilio se maneja como opción para solicitar el pedido mediante vía telefónica, correo electrónico o red social.

El estudio de mercado estará enfocado en el siguiente aspecto: familias que consuman frutas y verduras, que residan en la localidad del Coyal de Alajuela, específicamente en Urbanización la Amistad, Urbanización Lomas del Coyal, Urbanización Los Olivos, Calle la Margarita, Urbanización Brúcelas, Calle el Salto y Coyal Central, estos vecindarios conforman la zona de influencia inicial del proyecto.

La escogencia de las localidades que conforman el posible mercado meta para la primera fase del proyecto se determinó en función de los siguientes criterios:

- Proximidad de los residenciales con respecto a la ubicación del lugar donde se instalara la empresa.

- Cantidad de hogares, en total entre las localidades escogidas, hay alrededor de mil treientos veinte hogares.
- En la zona escogida viven personas que conocen al investigador que realiza el estudio, lo que facilitara la recolección de información.
- La ejecución del proyecto, se efectuara entre los meses de Julio y Octubre 2014. En esta etapa se identifican las siguientes limitaciones:
- Presupuesto para el desarrollo del proyecto: los costos del proyecto serán asumidos únicamente por el investigador, esto debido a que parte del aporte como socio será el presente proyecto.
- Tiempo para ejecutar el estudio de mercado: por las características del proyecto, la información necesaria para el estudio de mercado se debe de recolectar entre semana y en horas tempranas que no coinciden con el tiempo libre del ejecutante del proyecto.

1.8.2 Etapa dos del proyecto.

La etapa dos no será analizada en este estudio, cabe mencionar que prevé evaluar la posibilidad de expansión de la zona de influencia al restante de comunidades que conforman el Coyol de Alajuela. Se verificara la necesidad de aumento en flota vehicular y de recurso humano.

1.8.3 Etapa tres del proyecto.

No está incluida en el estudio, su objetivo será verificar el nivel de satisfacción del cliente con respecto a los servicios y bienes, captar la percepción de los clientes con respecto a la empresa e identificar nuevas necesidades, también se

verificara la posibilidad de expandir el negocio a localidades aledañas al Coyol de Alajuela.

1.9 Conclusiones y recomendaciones del capítulo.

1.9.1 Conclusiones:

- El proyecto surge debido al espíritu emprendedor de la familia y del autor del proyecto, los cuales aportarán el capital para el proyecto.
- El objetivo general de la investigación es definir la prefactibilidad financiera, técnica, legal y ambiental para una verdulería en la localidad del Coyol de Alajuela.
- En caso de que el estudio muestre indicadores financieros positivos, la inversión inicial será financiada por capital de los interesados y de ser preciso con crédito del Fideicomiso Nacional para el Desarrollo (FINADE).
- La experiencia en la actividad en la que se pretende incursionar es mínima por parte de los interesados.
- La idea de negocio no se encuentra plasmada en un documento formal.

1.9.2 Recomendaciones:

- Informarse sobre el modelo de negocio en el que van a incursionar, detalles como proveedores, competencia, fluctuación de precios deben ser abordados y estudiados por los involucrados en el proyecto.

- Consultar los requisitos para solicitar crédito del Sistema para Banca de desarrollo.
- Plasmear la idea de negocio en un documento formal e informarse sobre los requisitos necesarios para la apertura del nuevo negocio.

Capítulo II: Marco Teórico.

En este capítulo se desarrollarán los conceptos básicos de, emprendedurismo, formulación de proyectos, mercadeo, servicio al cliente, financieros y de riesgo entre otros. El objetivo principal del capítulo es ubicar al lector dentro de los conceptos utilizados en la investigación. Muestra las ideas básicas y argumentos tomados en cuenta para el desarrollo del proyecto.

2.1 Emprenderudismo.

El concepto es desarrollado en múltiples formas por diversos autores, para efectos de la investigación se define como: “la conducta de una persona que visualiza oportunidades, organiza recursos para aprovecharla y obtiene resultados de ello de diversa índole: económica, social, cooperativo, publico, entre otros”. (Varela. 2001, p. 21 citado en Leiva. 2007).

2.1.1 Tipos de emprendedores.

(Schollhammer 1980, p. 5 citado en Alcaraz 2011) divide a los emprendedores en cinco tipos:

- El emprendedor administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El emprendedor oportunista. busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El emprendedor incubador. En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador. Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

2.1.2 Características de las personas emprendedoras.

Leiva (2007) menciona: “debemos aclarar que nadie ha logrado definir un perfil único e infalible de lo que se entiende por un emprendedor. Existen muchas investigaciones que han determinado una serie de factores que pueden facilitarle el trabajo para llegar a ser un emprendedor exitoso” (p. 21).

Dentro de las características o conductas que distinguen a una persona emprendedora Leiva (2007) menciona las siguientes:

- Capacidad de planeación.
- Manejo de contactos.
- Comunicación efectiva.
- Búsqueda de información.
- Creatividad.
- Trabajo en equipo.
- Toma de decisiones.
- Liderazgo.

2.1.3 La idea del negocio.

La idea del negocio es la base para la creación de cualquier empresa, hay diferencias entre el término idea de negocio y posibilidad de negocio, siendo el primer término solamente ideas. La posibilidad de negocio posee la característica de poder cubrir un mercado potencial y probabilidad de ser ejecutado; Campa (2009) en cuanto a la generación de ideas indica, “El proceso de generación de ideas de negocio se debe basar en la creatividad; debe constituir un proceso activo que convierta al emprendedor en una persona capaz de ver la realidad cotidiana en clave de oportunidad de negocio” (p. 29).

2.1.4 Fuentes de las ideas de negocio.

Por lo general las fuentes de ideas de negocio están asociadas a la cotidianidad del emprendedor, como experiencias vividas, aficiones, pasiones o trabajos anteriores. Leiva (2008, p. 29) menciona las siguientes como algunas de las fuentes de ideas de negocio:

- Experiencias propias en trabajos anteriores o la universidad.
- Contactos, redes personales.
- Internet y medios de comunicación masiva.
- Franquicias y ferias comerciales.

Leiva (2007, p 35) menciona las características generales cuando una idea tiene el potencial de oportunidad de negocio:

- Es atractiva para el emprendedor, los socios y para el cliente.
- Debe estar de acuerdo con las tendencias del mercado, económicas y ambientales.
- Posee un tamaño de mercado prometedor.
- Se prevé una tasa de crecimiento apropiada.
- Tiene o puede crear barreras de entrada a la competencia.
- Ofrece la potencial de generar excedentes.
- Esta acorde con las habilidades y experiencia del equipo que tratará de aprovecharla.
- Es compatible con las fortalezas.
- Existen posibilidades de superar las debilidades.
- Se tienen las habilidades críticas.
- Se conocen las debilidades de la competencia y se pueden enfrentar.

2.1.5 Plan de negocio.

Constituye una herramienta de valor significativo para cualquier empresario, este documento define la viabilidad financiera del negocio y es fundamental en el inicio de nuevos proyectos.

Naveros y Cabrerizo (2009) definen el término plan de negocio como “ el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica” (p. 6). Definen los siguientes aspectos como básicos en cualquier plan de negocio:

- La actividad que proyecta desarrollar la empresa.
- El mercado al que se va a dirigirse.
- Las estrategias para penetrar el mercado.
- La competencia con que se va a encontrar.
- Los objetivos y medios para lograr sus fines.
- Los recursos financieros que va a necesitar en los primeros años y las fuentes para cubrirlos.
- Las instalaciones, equipos y personal que se necesitarán.

Naveros y Cabrerizo (2009) establecen las siguientes como recomendaciones al momento de presentar un plan de negocio:

- Redactarlo con un lenguaje claro y preciso ya que un lenguaje confuso puede ser signo de una falta de madurez de proyecto.
- Debe estar completo, abarcando todos los aspectos del negocio.
- Debe ser presentado de forma atractiva.

Cuadro 2 Estructura básica del plan de negocio

Tema	Aspectos	Contenido	Objetivo
Introducción	Datos del emprendedor. Datos de la empresa.	Curriculum del emprendedor Datos principales de la empresa: actividad, forma jurídica, socios, número de colaboradores, productos o servicios.	Estimular a los agentes externos al análisis del proyecto.
Estudio de Mercado	Características del mercado. Análisis externo. Análisis interno. FODA. MECA.	Evolución de mercado de los últimos años. Análisis de macro y micro entorno. Características positivas y negativas del negocio.	Brindar al lector una noción general del entorno de mercado.
Plan de Mercadeo	Mercados atractivos. Oferta. Estrategia (4P)	Deseos y necesidades del consumidor. Diseños de promoción y comercialización. Descripción de la estrategia producto, plaza, precio y promoción.	Informar sobre costos de estrategia de mercadeo y competencia.
Plan de Producción	Localización Geográfica. Sistemas de producción. Proximidad de clientes, materias primas y proveedores. Disponibilidad de mano de obra.	La descripción del proceso productivo, las materias primas disponibles, los equipos necesarios y los ciclos productivos.	Análisis del entorno productivo, determinación de costos de sistemas de producción, costos de traslado de productos, disponibilidad de materias primas y mano de obra.
Organización de Recursos Humanos	Planilla. Forma de contratación. Salario y cargas sociales. Grupos de trabajo.	Planificación de la planilla. Formas de contratación convenientes y formas de pago. Análisis de costos salariales y cargas sociales. Forma de dirección de personal y células de trabajo.	Determinar costos salariales, cargas sociales, identificar puestos necesarios, grupos de trabajo y formas de contratación.
Plan económico-financiero	Ingresos, gastos y beneficio neto. Tesorería. Financiamiento del proyecto.	Resumen de posibles ingresos, gastos y proyección de ingresos. Disponibilidad de caja y bancos. Resumen de necesidad de endeudamiento, justificación y posibles opciones.	Análisis económico del proyecto, determinación de recursos necesarios para la puesta en marcha, presupuesto de inversiones, fuentes de financiamiento y previsiones económicas.
Determinación de riesgos.	Análisis de posibles riesgos del negocio.	Riesgos laborales. Riesgos financieros. Riesgos de mercado. Riesgos de producción	Determinar riesgos latentes en el negocio, prever posibles pérdidas y establecer planes de contingencia.
Valoración final	Viabilidad técnica. Viabilidad estratégica. Viabilidad financiera.	Evaluación global del proyecto, conclusiones obtenidas.	Determinar la viabilidad o no del proyecto.

Elaboración propia; basada en Naveros y Cabrerizo (2009, p. 8 a 13)

2.2 Formulación y evaluación de proyectos.

2.2.1 Concepto de proyecto.

Diferentes autores definen el concepto de proyecto en varias formas, el principio fundamental del concepto es el proceso para asignar recursos, Rosales (2008) propone:

Un proyecto, es una tarea innovadora, que involucra un conjunto ordenado de antecedentes, estudios y actividades planificadas y relacionadas entre sí, que requiere la decisión, sobre el uso de recursos, que apunta a alcanzar objetivos definidos, efectuada en un cierto periodo, en una zona geográfica delimitada y para un grupo de beneficiarios, solucionando problemas, mejorando una situación o satisfaciendo una necesidad y de esta manera contribuir a los objetivos de desarrollo de un país (p.19).

Para Sapag et. all. (2014), el concepto se define como la “búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantos una necesidad humana o deseo” (p.1).

En otras palabras un proyecto es una solución a determinado problema o necesidad, en determinado lugar y en un tiempo definido y mejorando una situación.

2.2.2 Tipos de proyecto.

Sapag et. all. (2014; p. 4-5) en cuanto a los tipos de proyecta subdividen estos en dos categorías:

Objetivo o finalidad del estudio: es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con la evaluación, es posible identificar tres tipos de proyectos que obligan a conocer tres formas de obtener el flujo de caja para lograr el resultado deseado. Estos son:

- Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, es decir, del total de la inversión, independientemente de donde provengan los fondos.
- Estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto o rentabilidad del inversionista.
- Estudio para medir la capacidad del propio proyecto, a fin de enfrentar los compromisos de pago asumido en un eventual endeudamiento para su realización.

La finalidad o el objeto de la inversión: es decir, del objetivo de la asignación de recursos, es posible distinguir entre proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresas y aquellos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización en una empresa ya existente.

2.2.3 Etapas de un proyecto.

Hay diferentes formas de clasificar las etapas de un proyecto de inversión, una de las más comunes es la señalada por Sapag (2011, p. 29-35), este identifica cuatro etapas básicas:

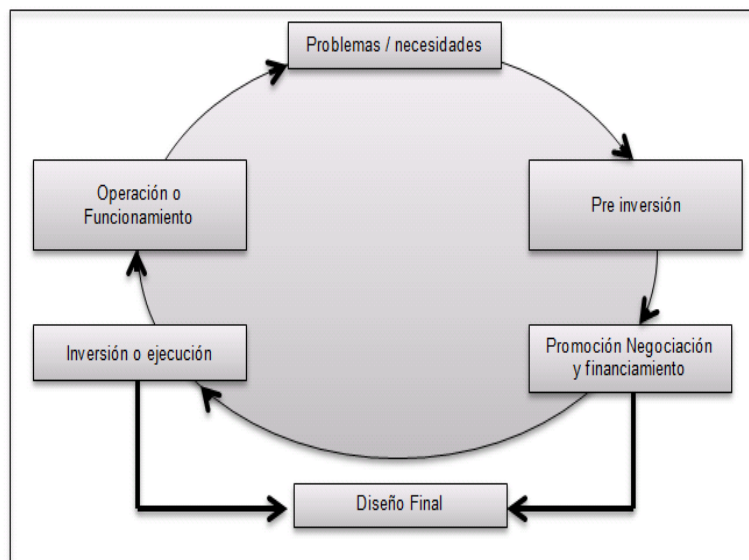
- **Idea:** corresponde al proceso sistemático de búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o de posibilidades de mejoramiento.

- **Pre inversión:** corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada uno de los proyectos.
- **Inversión:** corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.
- **Operación:** es aquella en la que la inversión ya se materializada y está en ejecución.

2.2.4 Ciclo de vida de un proyecto.

El ciclo de vida de un proyecto independientemente de la forma en que se conceptualice y de su naturaleza es posible identificar cuatro fases o etapas sucesivas. (Rosales, 2008, p 23).

Figura 1. Ciclo de vida de un proyecto



Fuente: Rosales (2008, p. 23).

2.2.4 Estructura de un estudio de factibilidad.

La formulación y evaluación de proyectos requiere que se abarquen una serie de temas en diferentes estudios, referente a este tema (Sapag et all. 2014, p. 25) mencionan: “en términos generales, son varios los estudios particulares que deben realizarse para evaluar un proyecto: de viabilidad comercial, técnica, legal, organizacional, de impacto ambiental y financiera”. Sapag et all (2014) indican las generalidades de cada uno de los estudios (p. 29-37):

2.2.5 El estudio de mercadeo.

El estudio de mercado debe de cubrir más que el análisis de la oferta y la demanda del proyecto, es necesario que el estudio de mercadeo contemple aspectos como precio, políticas y procedimientos de mercadeo, presupuesto de publicidad y análisis de la competencia. Sapag menciona los siguientes como aspectos básicos a considerar en el apartado del estudio de mercado:

- **Análisis del consumidor:** caracteriza a los clientes actuales y futuros, identificando preferencias, hábitos de consumo y motivaciones, es la base para determinar la estrategia comercial de la organización.
- **Análisis de la competencia:** ofertas del mercado y del proyecto actual y proyectado; reconoce actores en el mercado que ofrecen productos o servicios similares al mismo segmento de mercado.
- **Análisis de comercialización:** estudia la forma de comercialización del producto o servicio ofrecido por el proyecto, determina las políticas de venta, precio, canales de comercialización y distribución, marca, publicidad, inversiones en publicidad entre otros.

- **Análisis de proveedores:** estudia la disponibilidad de recursos necesarios para la producción, precio, costos de transporte y análisis de la localización del proyecto.
- **Análisis del mercado externo:** estudia la diversidad de oferta disponible para el consumidor, volumen de mercado potencial para el proyecto y estudia las barreras geográficas.

2.2.5 El estudio técnico del proyecto.

Sapag et all. Conceptualizan el estudio técnico de la siguiente forma: “provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (p.32). Situaciones importantes se definen con este estudio, entre estas destacan:

- Requerimiento y monto de inversión en equipo.
- Determina necesidad de mano de obra.
- Determina la cantidad de espacio físico para el desarrollo de la actividad.
- Determina el tamaño y la tecnología necesaria.
- Visualiza normas y principios de administración de la producción.
- Estudia materias primas, proceso productivo y canales de distribución.

El estudio técnico analiza de manera combinada estos factores los interrelaciona para ofrecer posibles panoramas del proyecto, esto con el fin de servir como herramienta de decisión en el proyecto.

2.2.6 El estudio organizacional- administrativo.

“Se encarga de los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y normativas legales asociadas” (Sapag et all. 2014, p.33).

Dentro de este estudio se definen aspectos como procedimientos administrativos, organizacionales, costo de personal, influyen en la inversión en estructura física del proyecto, definen riesgos e inclusive se puede determinar la rotación de personal entre otros.

2.2.7 El estudio legal.

Sapag et all. Señala, el estudio legal determina aspectos como relaciones internas con proveedores, arrendamientos y trabajadores, también estudia aspectos legales como restricción de la localización del proyecto, aspectos tributarios, confección de contratos sobre tecnología, otorgamiento de permisos y patentes o tasas arancelarias, (p. 33)

2.2.8 El estudio financiero.

Sapag et. all. (2014) Indica; el estudio financiero “estudia y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elabora los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad” (p.34). Los autores agregan sobre el análisis de sensibilidad lo siguiente:

El resultado de la evaluación se mide por medio de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. La imposibilidad de tener certeza

acerca de la ocurrencia de los acontecimientos considerados en la preparación del proyecto hace necesario considerar el riesgo de invertir en él. Se han desarrollado muchos métodos para incluir el riesgo y la incertidumbre de ocurrencia de los beneficios que se esperan del proyectos, Algunos de los cuales incorporan directamente el efecto del riesgo en los datos del proyecto mientras que otros determinan la variabilidad máxima que podrían experimentar algunas de las variables para que el proyecto siga siendo rentable (p.35).

2.2.9 El estudio del impacto ambiental.

El impacto en el ambiente es una cuestión de gran relevancia en el contexto empresarial moderno, temas como la responsabilidad social empresarial, conservación del ambiente, huella ecológica y estar en armonía con el ambiente son parte de las consideraciones a tomar en cuenta en un proceso de preparación y evaluación de proyectos.

Sapag et. all. (2014) Indican que por medio de este estudio es posible anticipar situaciones como:

- Costos derivados de variables ambientales en evolución.
- Costos por imagen ambiental negativa.
- Prever traslado de instalaciones por presiones de la comunidad.

2.3 Mercadeo.

Kotler y Armstrong (2012), definen el mercadeo o marketing como el “proceso mediante el cual las compañías crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas para obtener a cambio valor de ellos”.

2.3.1 Conceptos básicos de mercadeo.

La comprensión de la teoría de mercadeo implica el conocimiento de una serie de conceptos, el **apéndice número uno** contiene una tabla resumen con términos considerados de mayor relevancia en este ámbito para este proyecto.

A continuación se desarrollan las estrategias mínimas para comprender el mercado:

2.3.2 La demanda.

Bernanke y Frank, (2007, p 65), definen el concepto de demanda como “la cantidad total que desean adquirir los compradores de un bien a un precio”, por otro lado Kotler y Armstrong (2012, p.8) definen el concepto como “Deseos humanos respaldados por el poder de compra”.

El análisis de la demanda en mercadeo es efectuado por medio de la técnica de investigación de mercados. (Hair et. all. 2010, p.4) definen el término como “función que enlaza una organización con su mercado mediante la recopilación de información”.

Hair et. all. Indican: para que una organización cultive las relaciones con sus clientes, tiene que poseer información importante sobre ellos. La compañía debe entender las necesidades y deseos de los clientes para satisfacerlos. Adquirir

conocimientos sólidos y detallados del mercado es la función básica de quienes asumen las responsabilidades de la investigación de mercados en la compañía (p. 5)

2.3.2 La oferta.

Bernanke y Frank, (2007, p 66), señalan a la oferta como “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, según Hair et. all “Investigar a la competencia requiere un análisis de importancia y desempeño, el cual es un método de investigación para evaluar la estrategias , fuerzas, limitaciones y planes futuros de la competencia (p.8).

Dentro de los aspectos más importantes a evaluar en el análisis de oferta se encuentra los siguientes puntos:

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

2.3.3 Producto, bienes o servicios.

“El concepto de producto sostiene que los consumidores prefieren los productos que ofrecen lo mejor en cuanto a calidad en el desempeño e innovación. Desde este concepto, la estrategia de marketing se enfoca en mejorar el producto de forma continua”. (Kotler y Armstrong, 2012.p 9).

Otro de los factores esenciales al momento de definir el producto o servicio que se pretende comercializar es definir de buena forma la selección de una propuesta de valor, Kotler y Armstrong (2012) argumentan:

La compañía también debe decidir cómo atenderá a los clientes meta, es decir, de qué forma se diferenciara y se posicionará a sí misma en el mercado. La propuesta de valor de una marca es el conjunto de beneficios que promete entregar a los consumidores para satisfacer sus necesidades (p. 7).

2.3.4 Cliente.

Los clientes son los participantes más importantes en el micro entorno de la compañía. El objetivo de toda la red de entrega de valor consiste en servir a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos. (Kotler y Armstrong, 2012, p. 69), determinan 5 mercados de clientes, estos son:

- **Mercado de consumidores:** consisten en individuos y hogares que compran bienes y servicios para consumo personal.
- **Mercado de negocios:** adquieren bienes y servicios para su procesamiento industrial, o para utilizarlos en su proceso de producción.
- **Mercados de distribuidores:** compran bienes o servicios para revenderlos a cambio de una ganancia.
- **Mercados del sector público:** formados por agencias gubernamentales que compran bienes y servicios para dar servicios públicos.

- **Mercados internacionales:** se conforman por compradores en otros países, incluyendo a los consumidores, productores, distribuidores y gobiernos.

El análisis del cliente es un estudio a nivel profundo sobre los gustos y preferencias del cliente, Hair et. all. Señalan “Las actividades de inteligencia de mercado permiten a las empresas obtener ventajas competitivas usando información de los clientes” (p.79), el análisis del cliente permite determinar programas de marketing para mejorar los rendimientos sobre esta inversión.

2.3.5 Precio.

En el sentido más estricto, un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (Kotler y Armstrong, 2012, p. 291)

Según Kotler y Armstrong, hay diferentes estrategias para la fijación de precios, entre las principales se pueden mencionar las siguientes:

- **Fijación de precios basada en el valor para el cliente:** se basa en la percepción del comprador y no en el costo de ventas.
- **Fijación de precios por buen valor:** es la combinación exacta entre calidad y buen servicio al precio justo.
- **Fijación de precios por valor agregado:** es añadir características o servicios para diferenciar las ofertas de una empresa y cobrar precios más elevados.

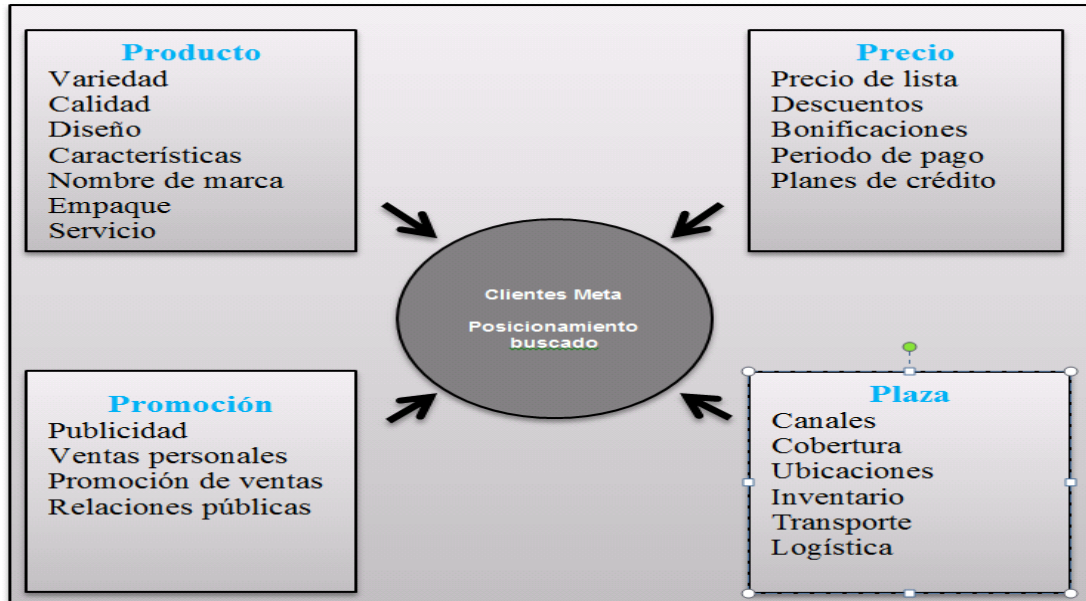
- **Fijación de precios basada en el costo:** establece o determina los precios según los montos de costos de producción, distribución y venta del producto más las respectivas utilidades.
- **Fijación de precios de equilibrio:** fijar el precio con la intención de igualar los costos de fabricar y vender un producto.
- **Fijación de precios basados en la competencia:** fijación de precios en relación a estrategias, costos, precios y ofertas del mercado competidor.

2.3.6 Mezcla de mercadeo.

La mezcla de marketing o mezcla de mercadeo se define como “el conjunto de herramientas tácticas que la empresa combina para obtener la respuesta que desea en el mercado meta. La mezcla de marketing consiste en todo lo que la empresa es capaz de hacer para influir en la demanda de su producto, (Kotler y Armstrong 2012, p. 51-52), además indican que las variables se clasifican en 4 grupos conocidas como “cuatro P”:

- **Producto:** combinación de bienes y servicios que la organización dispone a un mercado meta.
- **Precio:** cantidad de dinero que los clientes deben de pagar para adquirir el producto.
- **Plaza:** actividades que hacen que el producto esté al alcance de los consumidores
- **Promoción:** actividades que anuncian las ventajas de los productos y convencen a los clientes para que lo adquieran.

Figura 2. Las cuatro P de la mezcla de mercadeo



Fuente: (Kotler y Armstrong, 2012, p. 52)

2.3.6 Proveedores.

La elaboración de mercancías, venta de productos, creación de servicios, todos tienen un vínculo común, todos necesitan de una u otra forma al proveedores, Kotler y Armstrong indican, “los proveedores constituyen un vínculo importante del sistema general de la red de entrega del valor de la empresa hacia el cliente. Brindan los recursos que la compañía necesita para producir sus bienes y servicios.” (p. 53).

En la actualidad los proveedores son considerados **socios comerciales**, vitales para el desarrollo de las actividades de toda organización. Gracias a estos, las empresas pueden generar productos, valor agregado, y satisfacción en el cliente.

2.3.7 Aspectos básicos del estudio de mercadeo.

En la preparación y evaluación de proyectos, es necesario tener claro los conceptos y técnicas básicas para determinar el estudio de mercado, se muestra a continuación un resumen de los conceptos y aspectos básicos que se deben de tomar en cuenta para la elaboración del estudio de mercado en un proyecto de factibilidad.

Sapag et.all, 2014 aclaran: “es importante diferenciar el objetivo que se persigue con este **estudio de mercado**, pues se parte de que la idea de proyecto ya está preconcebida..., el objetivo dentro del estudio dentro del proceso de preparación y evaluación de proyectos es definir las métricas económicas derivadas del diseño de las distintas estrategias que se requieren establecer para evaluar el proyecto, (p. 43).

Cuadro 3 Aspectos básicos del estudio de mercadeo.

<u>Aspectos</u>	<u>Temas a considerar</u>	<u>Contenido</u>	<u>Objetivo</u>
El mercado del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Sub mercados • Proveedor • Competidor • Distribuidor • Consumidor 	<p>Se recomienda realizar un diagrama de los agentes de mercado que participan.</p> <p>Determinar los requerimientos de información para cada uno de los agentes participantes.</p>	<p>Determinar una correcta definición del modelo del proyecto, no dejar de lado ninguno de los actores del mercado.</p> <p>Definición de la correcta propuesta de valor.</p>
Estudio de mercado consumidor	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidor Institucional. • Consumidor individual. 	Resumen de agrupación de posibles clientes en categorías lógicas, que permitan comprender de mejor forma el mercado consumidor.	Agrupación de los posibles demandantes del proyecto en criterios lógicos
La segmentación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación de mercado. 	Resumen de agrupación de consumidores de acuerdo con algún comportamiento similar.	Dividir un mercado en grupos con características similares, que compartan similitud de necesidades.
Estudio de mercado proveedor	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de materias primas e insumos. • Proveedor de servicios. • Proveedor de tecnología. 	Estudio de alternativas de compra de materias primas, costos, condiciones de compra, sustitutos, durabilidad, infraestructura especial, tiempos de traslado, disponibilidad, condiciones de pago, políticas de crédito, inventario mínimo de seguridad.	<p>Determinar disponibilidad de insumos, cálculo del costo de abastecimiento e inventario mínimo de seguridad.</p> <p>Identificación de alternativas o sustitución de materias primas.</p> <p>Analizar costos de operación.</p>
Estudio de mercado competidor	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la competencia. 	Determinar aquellos competidores que comercializan productos o servicios similares o productos sustitutos.	Identificar la estrategia comercial de los competidores para enfrentar la competencia.
Estudio de mercado distribuidor.	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de alta cobertura geográfica. 	Identificación de grandes cadenas como supermercados, farmacias y tiendas de departamentos.	Determinar el grado de dominancia de este tipo de cadenas.
El mercado externo.	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores. • Competencias. • Mercado. 	Resumen de accesibilidad a mercado, competencia o proveedores externos.	Identificación de accesibilidad a mercado, competencia o proveedores externos.
Objetivos del estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia competitiva. • Estrategia comercial. 	Definir estrategia de negocio, estrategia de implementación, estrategia promocional.	Determinar la manera más eficiente de implementar cada una de las estrategias.
Etapas del estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis histórico del mercado. • Análisis de la situación vigente. • Análisis de la situación proyectadas. 	Participación de mercado, características, evolución de la oferta de productos, evolución de la demanda, relación causa efecto de las variables.	Base para las proyecciones.
Estrategia comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Plaza • Precio • Promoción 	<p>Definir la propuesta valor que implementara el proyecto</p> <p>Estudio de los canales de distribución.</p> <p>Determinar la estrategia de precio del proyecto.</p> <p>Definir políticas de promoción y publicidad.</p>	Determinar la mezcla de mercadeo idónea para el proyecto.
Matriz FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalezas. • Oportunidades. • Debilidades. • Amenazas. 	Análisis de los conceptos de la matriz FODA.	Determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto.
Estimación de la demanda.	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de desarrollo. 	Elasticidad precio, demanda, ingreso.	Determinar el posible comportamiento de los ingresos del proyecto.

Elaboración propia; basado en Sapag et.all (2014, p. 43-65)

2.3.8 Proyección de mercado.

Sapag et. all (2014) indica: la validez de los resultados en una proyección de mercado está íntimamente relacionada al método de proyección que se utilice, el método que se elija dependerá de la cantidad y la calidad de los datos disponibles, la validez y efectividad del modelo de proyección que se aplique depende de tres variables, precisión del método, forma de sensibilización del proyecto y la objetividad del modelo basada en datos históricos.

Dentro de las alternativas que el investigador puede escoger para realizar las proyecciones se destacan los siguientes métodos:

- **Modelos de carácter cualitativo:** se basan en opiniones de expertos, se utilizan en proyectos de innovación, cuando los datos disponibles no son confiables para predecir comportamientos futuros.
- **Modelos de pronóstico causal:** predicen comportamientos de una variable en función de causa y efecto.
- **Modelos de series de tiempo:** determinan el comportamiento futuro del mercado basado en el comportamiento pasado.
- **Etnografía:** estudio del comportamiento de persona o grupos de estas en determinados periodos de tiempo.
- **Método Delphi:** consiste en reunir a un grupo de expertos sobre un tema determinado y realizarles una serie de cuestionamientos y retroalimentación de ideas controlada.
- **Investigación de mercado:** recolecta información relevante, que funciona como base para la toma de decisiones sobre un mercado específico.

2.4 Conceptos técnicos del proyecto.

Este apartado está destinado a desarrollar los conceptos básicos para llevar a cabo el estudio técnico, incluye conocimientos y herramientas extraídas de diferentes autores.

2.4.1 Balance de equipos.

Resume la inversión inicial del proyecto incluye los activos físicos necesarios para el funcionamiento del proyecto, es conveniente en caso de halla ofertas de activos con características similares, presentarlas en balances comparativos para que se evalúe y seleccione de forma adecuada cada opción, (Sapag 2011, p 126). Se muestra la estructura típica del este tipo de balance expuesta por el autor:

Figura 3. Formato de balances de equipo

Balance de equipos						
Ítem	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)	Vida Útil (Años)	Valor de liquidación(\$)	Ingreso total (\$)

Fuente: Sapag. (2011, p. 126)

El balance de equipos, se sugiere que este acompañado de un calendario de inversiones de reposición, esto con la finalidad de determinar la renovación de equipo en la elaboración del flujo de caja. Un ejemplo de matriz de reposición de inversiones es el siguiente:

Figura 4. Formato de calendario de inversiones de reposición

Balance de reposición de activos										
Ítem	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año7	Año 8	Año9	Año 10

Fuente: Sapag. (2011, p. 127)

Sapag 2011 enlista los siguientes como puntos a tomar en cuenta al momento de realizar el estudio técnico:

- Identificación de los posibles proveedores.
- Características y dimensiones de equipos.
- Capacidad de los equipos.
- Flexibilidad del uso de los equipos.
- Nivel de especialización y calificación del personal.
- Tasa de crecimiento de costos, mantenimiento y operación además de la vida útil de los equipos.
- Equipos auxiliares o sustitutos.
- Costos de instalación y puesta en marcha de los equipos.
- Garantía y servicio técnico.

2.4.2 Balance de obras físicas.

En este segmento del informe se determina requerimientos de la planta física como bodega, salas de descanso, vías de tránsito, oficinas entre otros, y se pronostica la posible inversión en infraestructura para poner en marcha el proyecto. Sapag (2011; p.128) menciona los siguientes aspectos a considerar en el informe técnico:

- Áreas de ingreso de proveedores.
- Recepción de materiales, volumen de maniobra, frecuencia de la recepción, exigencias y formas de recepción de insumos.
- Bodega y condiciones especiales de almacenamiento.
- Servicios auxiliares como salas para equipos, cocina, baños, aire acondicionado entre otros.
- Oficinas administrativas, salas de espera, central de datos y guardarropa del personal.

Sapag (2011) recomienda la elaboración de una matriz que identifique las obras físicas, sus especificaciones, tamaño, costo y unidades de medidas.

Figura 5. Formato de balances de obras físicas

Balance de obras físicas					
Ítem	Unidad de medida	Especificación técnica	Tamaño	Costo Unitario	Costo Total

Fuente: Sapag. (2011, p. 128)

2.4.3 Balance de personal.

El balance de personal resulta la manera más eficiente de calcular el posible costo del recurso humano necesario para el proyecto, la técnica se basa en desglosar al máximo las puestos y el perfil necesario para ocupar cada puesto.

Figura 6 Formato de balances de personal

Balance de personal			
Cargo	Número de puestos	Remuneración mensual	
		Unitaria	Total
Total			

Fuente: Sapag. (2011, p. 132)

2.4.4 Balance de insumos.

Este determina los costos de insumos necesarios para llevar a cabo los procesos productivos, este depende y debe adaptarse a la actividad productiva en donde se esté llevando a cabo el estudio técnico, el balance de insumos debe ser elaborado a la medida para el proyecto que se está evaluando. Sapag (2011) propone como base el siguiente cuadro:

Figura 7 Formato de balances de insumos

Balance de insumos			
Insumo	Cantidad de Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Total			

Fuente: Sapag. (2011, p. 133)

2.4.5 Tamaño.

En cuanto al tema de Tamaño del proyecto, Sapac et. All (2014) señalan;

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto en términos de capacidad productiva se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y de los costos que se calculen y, por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto al tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de los ingresos por venta.

Los autores señalan como factores que determinan el tamaño del proyecto los siguientes:

- **La cantidad demandada:** la proyección de este factor determina de manera importante el tamaño del proyecto.
- **La localización del proyecto:** el área de cobertura determina en gran medida la dimensión del proyecto.
- **Estrategia de crecimiento:** depende del plan de desarrollo empresarial.

Es importante destacar que en todo análisis de tamaño de proyecto se debe considerar la economía en escala como una variable del problema, ya que la determinación correcta influye en el cálculo del valor actual neto de proyecto, debido a que la configuración de distintos tamaños u opciones de proyecto afectan este cálculo, Sapag et.all, (2014).

2.4.6 Localización.

Sapac (2011), indica, la ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro de objetivos definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad. Aunque las opciones de localización pueden ser muchas, en la práctica estas se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan a la mayoría de ellas.

El aspecto de la localización del proyecto debe de tomar en cuenta una serie de factores, entre ellos los siguientes:

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

- Aspectos ambientales.
- Costo y disponibilidad de terrenos o edificaciones.
- Entorno del proyecto.

En cuanto a la localización del proyecto, es conveniente considerar la comparación de factores como abastecimiento de materias primas, costos de fletes y distancias; analizados contra los potenciales lugares de localización, con el objetivo de identificar la opción con mayores ventajas competitivas para la organización; una herramienta eficaz para realizar este tipo de comparación es la confección de una matriz que resuma las posibles opciones.

Figura 8. Costos, volúmenes y distancia de fuentes de abastecimiento

Comparación de factores de localización			
Localización :	A	B	C
Distancia			
Producción disponible			
Costo por tonelada			
Costo flete			

Fuente: Sapag. (2011, p. 13)

2.4.7 Costos.

“El costo es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa, no tiene como fin la ganancia” Alcaraz, 2011, p.195. Por lo tanto se puede definir costo como cualquier suma desembolsada con el objetivo de mantener la operación normal de la organización. Según Alcaraz, el costo se divide en dos tipos:

- **Costo variable**, está relacionado directamente a una determinada actividad, y se eleva o disminuye en relación al aumento de la producción de esa actividad.
- **Costos Fijos**, estos permaneces constantes en un periodo de tiempo determinado sin importar el volumen de la actividad que se lleva a cabo.

Estos a su vez se clasifican en directos o indirectos, la calificación de estos depende de que el costo sea generado directamente por los procesos relacionados con la producción.

2.5 Administración.

2.5.1 Concepto.

“Constituye el proceso de conseguir que las cosas se hagan, de manera eficiente y eficaz, con y a través de las personas” (Robbins, Decenzo y Coulter, 2013, p.6). La eficiencia y la eficacia son términos fundamentales en la administración, el primero se refiere a la manera correcta de efectuar las cosas, producir la mayor cantidad posible con el mínimo de insumos. La eficacia se refiere al cumplimiento de las tareas laborales para alcanzar metas.

Cuatro grandes funciones componen la administración, Robbins et. all las describen de la siguiente forma:

- **Planear:** abarca la definición de metas, planteamiento de estrategias, establecimiento de planes, para garantizar que el trabajo mantenga el enfoque correcto para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

- **Organizar:** determina las tareas que deben efectuarse, quien debe efectuarlas y como deben efectuarse, determina subordinación y asigna la toma de decisiones.
- **Dirigir o liderar:** se ejecuta mediante la motivación, comunicación y resolución de conflictos, mantiene la comunicación en la organización.
- **Controlar:** monitorea, compara y corrige el desempeño laboral.

2.5.2 Estructura organizacional.

Toda organización posee una estructura, la cual cumple con la función de determinar relaciones de autoridad, ejecución de tareas, distribución de responsabilidades además de influir directamente en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, Jones, 2008 define el término como “sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordina sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización” (p. 7).

2.5.2 Organigrama.

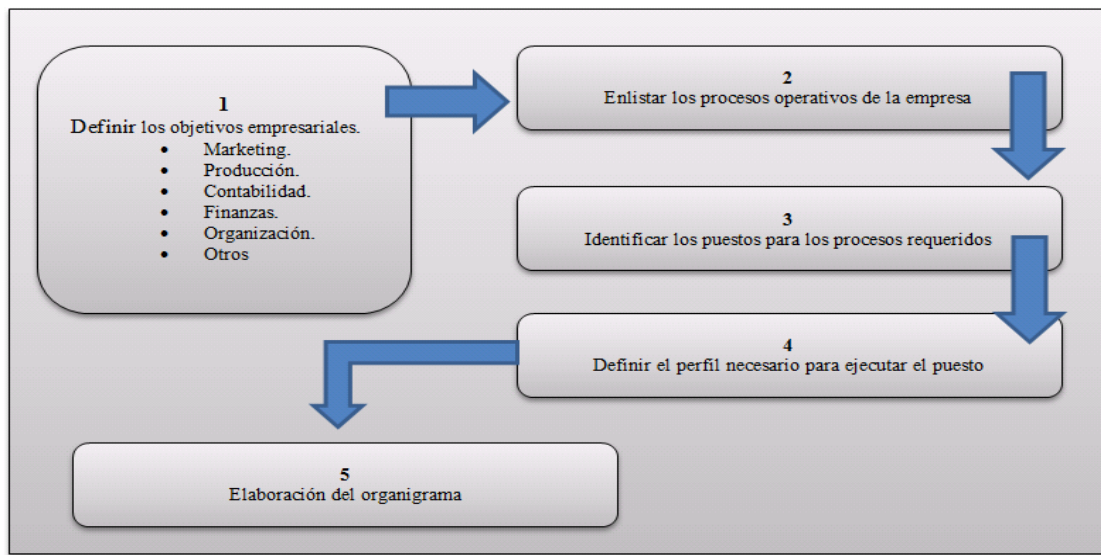
Alcaraz (2011), un organigrama es una representación gráfica, en la cual se reflejan las interrelaciones, funciones y responsabilidades del personal. Se entiende entonces el organigrama como una forma visual de esquematizar los puestos, áreas, departamentos y la relación que mantienen entre sí.

2.5.3 Organización.

“La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos”

(Alcaraz, 2011, p.154), este propone el siguiente esquema para establecer el sistema organizacional en una empresa.

Figura 9. Pasos para establecer un sistema organizacional



Elaboración propia, basado en Alcaraz, (2011, p. 155-158).

2.5.3 Manual de puestos.

“Es la determinación de las responsabilidades relacionada con el trabajo de un individuo” (Griffin, 2011, p. 335); un manual de puestos, recopila las labores esenciales que se deben de llevar a cabo en un puesto determinado, es un resumen de responsabilidades, procesos y procedimientos que debe ejecutar un colaborador, para llevar a cabo una tarea.

2.6 Marco legal de la organización.

2.6.1 Aspectos legales de importancia.

El análisis de las particularidades establecidas a nivel legal, para la puesta en marcha de una organización es de vital importancia, el conocimiento de los aspectos legales, su estudio y comprensión, puede determinar la viabilidad o no de un proyecto.

El conocimiento del cuerpo normativo que regirá el proyecto es de vital importancia, Alcaraz (2011, p. 173) menciona los aspectos legales en una empresa a tomar en cuenta al momento de la constitución.

- Cantidad de socios en el proyecto.
- Aportes de capital.
- Responsabilidad ante terceros.
- Gatos de constitución de la empresa.
- Tramites a realizar para implantar la organización legalmente.
- Obligaciones fiscales a afrontar.
- Responsabilidades laborales.

Dentro de las formas que puede tomar una empresa, hay 3 que son de mayor uso. Alcaraz (2011, p. 173) define los siguientes conceptos:

- **Persona física:** las decisiones relativas al manejo o administración de la empresa recaen en el dueño.
- **Sociedad Anónima:** grupo de persona física o morales que se unen para llevar a cabo una actividad comercial cuya obligación se limita al pago de acciones.

- **Sociedad de responsabilidad limitada:** organización empresarial constituida entre socios, los cuales solamente están obligados al pago de sus aportes.

2.7 Aspectos financieros del proyecto.

2.7.1 Técnica de proyección de mercado.

Sapag & Sapag (2008, p. 89), indica, “La dificultad mayor de pronosticar comportamientos radica en la posibilidad de la ocurrencia de eventos que no hayan ocurrido anteriormente.”

La aparición de nuevas tecnologías, competidores, variaciones políticas hacen difícil determinar los comportamientos de mercado y proyectar de manera certera los movimientos del mismo.

2.7.2 Estimación de costos.

Según Sapag & Sapag (2008, pp. 118-134), los costos no contables buscan medir el efecto neto de cada decisión en el proyecto, definen los siguientes costos no contables:

- **Costos diferenciales:** expresan el incremento o la disminución de los costos totales que implicaría una implementación de cada una de las alternativas, en términos comparativos, respecto a una situación tomada como base y que usualmente es vigente.
- **Costos futuros:** cualquier decisión que se tome en el presente afectará los resultados futuros. Se toma como base las inversiones actuales, para determinar la afectación que hará esa inversión en el futuro cercano.

- **Costos sepultados:** corresponde a una obligación de pago contraída en el pasado, aun cuando parte de ella esté pendiente de pago a futuro.
- **Costos de corto plazo:** son los costos fijos totales que se pagaran en un determinado periodo de tiempo, independientemente de los niveles de producción como arriendos, seguros o algunas remuneraciones.
- **Costos contables:** importantes para determinar la magnitud de los impuestos a las utilidades.
- **Costo de capital:** corresponde a la tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares.

2.7.3 Terminología básica presupuesto de capital

Gitman (2007, pp. 316-326), menciona conceptos básicos para comprender la función del flujo de caja:

- **Presupuesto de capital:** proceso que consiste en evaluar y seleccionar inversiones a largo plazo que sean congruentes con la meta de la empresa de incrementar al máximo la riqueza de los propietarios.
- **Gasto de capital:** desembolso de fondos el cual produce beneficios después de un periodo mayor a un año.
- **Gasto operativo:** desembolso de fondos que realiza la empresa, el cual produce beneficios que se reciben en un periodo de un año.

- **Racionamiento de capital:** situación financiera en la que una empresa tiene sólo cierta cantidad fija de dinero disponible para gastos de capital.
- **Patrón convencional de flujo de efectivo:** salida inicial, seguida por una serie de entradas y salidas.
- **Inversión inicial:** salida de efectivo relevante para un proyecto propuesto en tiempo cero.
- **Entradas de efectivo operativas:** entradas de efectivo incrementales después de impuestos que resultan de la puesta en marcha de un proyecto durante la vida de éste.

2.7.4 Construcción de flujos de efectivo

Sapag & Sapag (2008, pp. 291-293), indica, la proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. El autor menciona los elementos del flujo de caja:

- **Ingresos iniciales de fondos:** corresponden al total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto.
- **Ingresos y egresos de operación:** constituyen todos los flujos de entrada y salida reales de caja.
- **Momento de ocurrencia de los ingresos y egresos:** el flujo de caja se expresa en momentos, el horizonte de la evaluación depende de las características de cada proyecto.

- **El valor de desecho del proyecto:** valor al finalizar da vida útil del proyecto evaluado.

2.7.5 Estructura del flujo de caja.

Sapag & Sapag (2008, pp. 294-297), menciona, la construcción de flujos de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de proyectos. El ordenamiento propuesto es el que se muestra a continuación:

Figura 10 Estructura del flujo de caja

Crterios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos afectos a impuestos					
menos egresos afectos a impuestos					
menos gastos no desembolsables					
Igual utilidad antes de impuesto					
menos impuestos					
igual utilidad después de impuestos					
más ajuste por gastos no desembolsables					
menos egresos no afectos a impuestos					
más beneficios no afectos a impuestos					
Igual flujo de caja neto					

Fuente: Sapag et.all (p.228)

También señalan los siguientes como los conceptos que se desarrollan en el flujo de caja:

- **Ingresos afectos a impuestos:** ingresos esperados por la venta de productos, se calcula multiplicando el precio de cada unidad por la cantidad de unidades que se proyecta producir y vender cada año.
- **Egresos afectos a impuestos:** costos variables resultantes del costo de fabricación unitario por las unidades producidas, el costo anual fijo de fabricación, la comisión de ventas y los gastos fijos de administración y ventas.
- **Gastos no desembolsables:** compuestos por la depreciación, la amortización de intangibles y el valor libro del activo que se vende para su reemplazo.
- **Calculo por impuesto:** se determina como el 15% de las utilidades antes de impuesto.
- **Ajusto por gastos no desembolsables:** para anular el efecto de haber incluido gastos que no constituían egresos de caja, se suman la depreciación, la amortización de intangibles y el valor en libro. Esto por el efecto tributario positivo que estas cuentas ocasionan al proyecto.
- **Egresos no afectos a impuestos:** aquellos desembolsos que no son incorporados en el Estados de Resultados en el momento en que ocurren y que deben ser incluidos por ser movimientos de caja.

2.7.6 Criterios de evaluación de proyectos.

Sapag & Sapag (2008, pp. 313-331), mencionan; en el estudio de las inversiones, hay que tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo, la consideración de los flujos de en el tiempo requiere la determinación de una tasa de interés adecuada que represente la equivalencia de dos sumas de dinero en dos periodos diferentes. Se muestran los principales criterios de evaluación:

El criterio del valor actual neto (VAN): el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

Figura 11 Fórmula cálculo VAN

$$VAN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Qt}{(1+k)^t}$$

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR): evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Figura 12 Fórmula cálculo TIR

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Periodo de recuperación de la inversión (PRI): tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo.

Figura 13 Fórmula cálculo PER

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Utilidades promedio}}$$

2.7.7 Tipos de análisis de riesgo.

Lledó & Rivarola (2007, pp. 343-403), señala que los riesgos cualitativos deben transformarse de forma cuantitativa para que puedan ser medidos. Tipifican dos tipos análisis del riesgo:

Análisis cualitativo del riesgo: consiste en evaluar cuál es el impacto y la probabilidad de ocurrencia de cada uno de los riesgos identificados, este análisis se enriquece cuando participan en el proceso personas de diferentes áreas de la organización y aportan su punto de vista y experiencia.

- **Ventajas del análisis cualitativo:** agrega información adicional a los inversores para seleccionar entre distintos proyectos de inversión, determina asignaciones de recursos y brinda una recomendación sobre la continuidad o no del proyecto.
- **Calificación del riesgo cualitativo:** se pueden calificar como “significativo”, “moderado” o “Insignificante.

- **Datos cuantitativos:** indican la cantidad de valor, estos determinan cuáles son los daños monetarios que ocasiona a la empresa la materialización de estos.
- **Probabilidad de ocurrencia:** define la posibilidad de que un riesgo se materialice en un determinado periodo de tiempo.
- **Puntajes de riesgo:** se considera tanto la probabilidad de ocurrencia como su impacto para determinar el costo monetario de la ocurrencia del riesgo.

Figura 14 Esquema para calificar cuantitativamente los riesgos

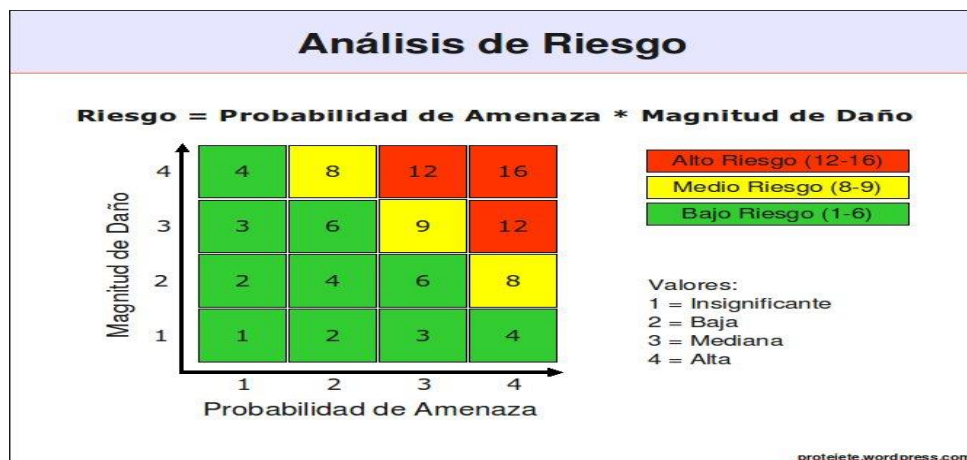


Imagen extraída de:
http://protejete.wordpress.com/gdr_principal/analisis_riesgo/

Análisis cuantitativo del riesgo: se refiere a la utilización de instrumentos como la investigación de estadísticas, distribución de probabilidades, análisis esperado, árbol de decisión, análisis de sensibilidad, simulación de Monte Carlo, para determinar la ocurrencia de determinado riesgo y su efecto en el proyecto.

- **Revisión de información estadística:** revisión de la información disponible para aplicar al desarrollo de proyectos y negocios.
- **Distribución de probabilidades:** se utiliza para cuantificar la probabilidad y el impacto de los eventos riesgosos sobre los objetivos del proyecto.
- **Valor esperado:** consiste en calcular el valor esperado en función de los distintos escenarios posibles de un riesgo y, luego, elegir aquella alternativa que represente el menor costo esperado o el mayor beneficio esperado.
- **Árbol de decisión:** se utiliza para determinar estrategias cuando el tomador de decisiones se enfrenta ante varias alternativas y patrones de incertidumbre respecto a eventos futuros.
- **Análisis de sensibilidad:** las estimaciones del proyecto son variables que dependen de los acontecimientos futuros, debido a esto se realiza una simulación donde intervienen varios factores como: punto de equilibrio, elasticidad de las diferentes variables, análisis de escenarios y sensibilidad de dos o más variables.
- **Simulación de Monte Carlo:** simula los resultados que puede asumir alguna variable dependiente del proyecto, a través de la asignación aleatoria de un valor a cada variable independiente que lo afecta. Esta simulación puede incluir todas las combinaciones posibles de las variables que afectan el resultado de un proyecto.

2.8 Aspectos generales del negocio.

El siguiente apartado, está destinado a brindar información sobre la actividad que pretende desarrollar la empresa, se anotan conceptos básicos, aspectos a tomar en cuenta en el negocio, condiciones generales y perfil del personal. Los conceptos indicados a continuación fueron extraídos de la publicación Creación de empresas y Asesoría empresarial. Cámara Zaragoza; extraído de:

<http://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Fruteria.pdf>.

2.8.1 Concepto de Verdulería.

Establecimientos de venta al detalle de frutas, verduras y hortalizas, patatas, tubérculos y setas comerciales. Esta actividad no puede ser desarrollada al mismo tiempo con otra, a de no ser que el establecimiento donde se desarrolla la actividad posea secciones separadas, diferenciadas y atendidas por personal calificado.

2.8.2 Aspectos a tomar en cuenta en el desarrollo de la actividad.

- La sala de ventas debe acondicionarse para mostrar los productos en forma separada y ordenada.
- Se debe etiquetar el producto con la denominación del producto, su categoría comercial, variedad, calibre y el precio de venta.
- En caso de haber dos o más categorías de productos estos deben exponerse en forma separada.

2.8.3 Aspectos que no se deben presentar en el negocio.

- Venta de productos alterados, estos deben ser separados de los productos en venta.

- Colocar en el suelo la mercadería.
- Exponer los productos en el exterior del establecimiento.
- Venta de Jabones, detergentes, insecticidas y productos farmacéuticos o producción de tóxicos de cualquier tipo.

2.8.4 Requisitos para la venta.

- Preferiblemente vender los productos enteros, sanos, limpios y exentos de humedad, artrópodos, gusanos o moluscos o de sus restos y sin enfermedades.
- Los productos deben estar exentos e agentes microbianos, patogenito y de residuos de pesticidas, en proporción superior a la tolerada.

2.8.5 Requisitos mínimos para el local.

- Pavimentos impermeables, incombustibles y de fácil limpieza y desinfección.
- Paredes y pilares donde exista, revestidos hasta el techo materiales impermeables, superficie lisa, de fácil limpieza y de desinfección, de colores blancos.
- Servicio de aseo, servicio sanitario, jabón, detergente, cepillo de uñas, toallas de un solo uso o dispositivo en el mercado. Vestimenta adecuada.
- Ventilación e iluminación natural o artificial.
- Agua corriente potable en cantidad suficiente, pila o fregadero para limpieza y desinfección de equipos.
- Estantería de materiales flexibles y fáciles de lavar, equipos con capacidad de refrigeración.

2.8.6 Requisitos mínimos para el Transporte.

- Vehículos cerrados.
- Productos colocados en envases higiénicos.

2.8.7 Requisitos mínimos para el personal.

- Cursos de manipulación de alimentos.
- Mantener el aseo personal y los estandartes establecidos.
- Lavarse las manos con agua y jabón.
- No trabajar cuando halla posibilidades enfermedad transmisora.

2.8.8 Prohibiciones en el local.

- Fumar o masticar goma de mascar.
- Comer en el puesto de trabajo.
- Utilización de prendas inadecuadas.
- Estornudar o toser sobre alimentos.
- Cualquier actividad que pueda contaminar los alimentos.

2.9 Sistema Banca para el Desarrollo (SBD).

En el informe uno de acceso de las MIPYMES a los servicios financieros, realizado por el Banco Central de Costa Rica, se define el Sistema de Banca para el Desarrollo como “un mecanismo para financiar e impulsar proyectos productivos, viables y factibles técnica y económicamente, acordes con el modelo de desarrollo del país en lo referente a la movilidad social de los grupos objetos”, (p. 7). Fue aprobado mediante la Ley 8634 el diez de abril del año 2008, cuenta

con cuatro fondos tres de apoyo financiero y uno de apoyo empresarial no financiero.

- Fideicomiso Nacional para el desarrollo (FINADE), con recursos para crédito, avales y apoyo no financiero tipo capacitación.
- Fondos del Financiamiento para el Desarrollo (FOFIDE); 5% de las utilidades de los Bancos públicos) en programas de financiamiento operados por los mismos bancos.
- Fondos de Crédito para el desarrollo (financiado con el denominado “peaje bancario”).
- Fondo para servicios de apoyo empresarial (15% del presupuesto del INA).

Capítulo III: Marco Metodológico.

En este capítulo se detalla en enfoque utilizado para la elaboración del estudio, el tipo de investigación realizada, diseño, fuentes y sujetos de información, técnicas utilizadas para procesar y analizar la información recopilada.

3.1 Enfoque de la investigación.

El enfoque de la presente investigación tendrá carácter **cuantitativo**, Hernández et al. (2010) indican, “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”, (p. 4).

Se indica además que la investigación es del tipo no experimental, Hernández et al. (2010) señalan el concepto como “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”.

La principal justificación con respecto al enfoque de la investigación se sustenta en el tipo de información que se pretende recolectar en el informe, la cual en su mayor parte es medible; es importante destacar que debido al tipo de muestreo utilizado, no se generalizaran los datos a la población.

3.2 Alcance de la investigación.

Con respecto al alcance de la investigación se define en el rango exploratorio y descriptivo, Hernández et al. (2010) proponen “Si hemos decidido, una vez hecha la revisión de la literatura, que nuestra investigación vale la pena y debemos realizarla, el siguiente paso consiste en visualizar el alcance que tendrá” (p.78).

Los estudios **exploratorios** sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Los estudios **descriptivos** por lo general son la base de investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. (Hernández et al. 2010, p.78).

3.3 Sujetos de la investigación.

Para el estudio se determinan como sujetos de investigación a los siguientes:

- Los interesados en el estudio para la apertura de la nueva verdulería.
- Los comercios que vendan frutas y verduras y que se encuentren dentro de la zona de influencia de la nueva verdulería.
- Principales proveedores de frutas y verduras (CENADA) Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de alimentos.
- Entidades como Municipalidad de Alajuela, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Salud, Caja Costarricense del Seguro Social, aseguradoras y entidades financieras.

3.4 Fuentes de la investigación.

Las fuentes utilizadas en el presente estudio son: Fuentes primarias y fuentes secundarias, estas son las fuentes utilizadas con mayor frecuencia en la elaboración de proyectos.

(Gómez, 2012) define fuentes de investigación como: "...el origen de la información utilizada en el estudio o análisis, es decir, de dónde vienen o se tomaron los datos la fuente puede ser primaria o secundaria" (p.37).

El término fuente primaria se refiere a la institución (pública, privada o sin fines de lucro) o, si es del caso, a la persona que recogió primero los datos y produjo la estadística.

Es aplicable tanto si los datos están disponibles en una publicación impresa, en un sitio web o en alguna otra forma como si se trata de información recogida y elaborada, pero no publicada, obtenida por el investigador o usuario directamente de la persona o institución que los recogió... ahora bien, si una institución,

empresa o persona toma y utiliza datos estadísticos no recogidos por ella, sino provenientes de una fuente primaria y luego los publica o difunde, esta nueva publicación... será una fuente secundaria para quienes tomen de ella los datos, (Gómez, 2012, p.38).

3.5 Técnicas de investigación.

Gómez 2012 indica; “cuando los datos estadísticos no existen, debe enfrentarse la tarea de obtenerlos utilizando alguna de las técnicas de recolección desarrolladas para tal efecto” (p.43).

Con respecto a la recolección de datos, se utilizara el **cuestionario** para determinar la percepción de los clientes y generar los datos necesarios para la formulación del estudio financiero y de mercado. Hair et al. (2010), define el cuestionario como “marco formalizado que consiste en un conjunto de preguntas y escalas diseñadas para generar datos primarios”. (p.392).

En lo concerniente a proveedores, se utilizara la **Observación y la investigación documental** para determinar el costo de venta, costo de transporte y calidad de los productos. (Hair et al. 2010, p172) define entrevista a expertos como: “técnica de indagación en persona para reunir opiniones de personas consideradas conocedoras del problema de investigación”.

Para el estudio de competencia se utilizara la técnica de la **observación**, (Gómez, 2010, p. 44), define el concepto la capacidad de “observar con atención el fenómeno, proceso o interacción y registrar adecuadamente la información pertinente, de manera que luego pueda ser utilizada para analizar y explicar el fenómeno”.

Por último, **la investigación documental** será la herramienta para definir los aspectos como el marco legal, marco ambiental, regulaciones y costos de apertura del negocio.

3.6 Muestreo.

El muestreo utilizado en la investigación es del tipo no probabilístico, “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” Hernández et. all (p.176). Se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia, la cual define los elementos que se toman en la muestra según la disponibilidad y facilidad para el investigador y no por métodos al azar.

3.7 Unidad de análisis.

Hernández et. all. (2010), denomina la unidad de análisis como los casos o elementos que se investigaran en el estudio, que o quienes participan o son objeto de estudio.

Para la presente investigación se define como unidad de estudio, los jefes de familia, que realizan las compras de frutas y verduras cuyo rango de edad este entre los 18 y los 70 años, que residan en la localidad del Coyol de Alajuela, específicamente en las siguientes comunidades: Urbanización la Amistad, Urbanización Lomas del Coyol, Urbanización Los Olivos, Calle la Margarita, Urbanización Brúcelas, Calle el Salto y Coyol Central en el segundo semestre del año 2014.

3.8 Población.

Para Gómez (2012) el concepto de población hace referencia al conjunto de unidades de estudio o elementos que pueden ser personas, animales, empresas, organizaciones, objetos, la cual puede ser finita, cuando posee un número limitado de elementos o infinita si la forma un número de elementos ilimitado. Hernández et. all (2010) definen el término como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Para la investigación se define como población de estudio las familias, que habitan en las comunidades Urbanización la Amistad, Urbanización Lomas del Coyol, Urbanización Los Olivos, Calle la Margarita, Urbanización Brúcelas, Calle el Salto y Coyol Central para el segundo semestre del año en curso que consumen fruta y verduras.

3.9 Marco Muestral.

El muestreo se realiza por conveniencia, por lo que no fue necesario contar con este instrumento, a continuación se indican los criterios utilizados para efectuar la recolección de los datos del estudio de mercado.

La recolección de datos del estudio de mercado, se realizó en la posible zona de influencia inicial de la empresa, esta abarca las siguientes localidades, Urbanización la Amistad, Urbanización Lomas del Coyol, Residencial el Coyol, Urbanización Los Olivos, Calle la Margarita, Urbanización Brúcelas, Calle el Salto y Coyol Central. La siguiente figura muestra el campo de acción en cuanto a la recolección de datos para el estudio de mercado:

Figura 15 Zona de influencia inicial



Imagen extraída de Google Maps el 05-09-2014.

<https://www.google.es/maps/place/El+Coyol>

3.10 Tamaño de la muestra.

Se realizaron un total de 60 encuestas que representan un cuatro punto cinco por ciento de la población en estudio, las cuales se distribuyeron según la cantidad de viviendas en cada una de las localidades de la de influencia inicial, la distribución se realizó en la siguiente forma:

Cuadro 4 Distribución de encuestas aplicadas

Septiembre 2014

Localidad	Cantidad de Viviendas	Representación porcentual	Cantidad de encuestas asignadas
Urbanización los Olivos	504	38%	23
Urbanización La Amistad	250	19%	11
Coyol Central	156	12%	7
Urbanización la Brúcelas	150	11%	7
Residencial el Coyol	80	6%	4
Urbanización Lomas	78	6%	4
Calle el Salto	75	6%	3
Calle la Margarita	27	2%	1
Total Viviendas	1320	100%	60

Elaboración propia, basado en recuento físico de hogares de la zona de influencia inicial.

Nota: en el recuento físico se descartaron locales comerciales y lotes baldíos.

3.11 Trabajo de campo.

Con respecto al estudio de mercadeo se procedió a realizar las encuestas según la asignación porcentual otorgada por cantidad de viviendas existentes en cada comunidad de la zona de influencia inicial, esta labor se realizó entre el 01-09-2014 y el 28-09-2014.

El análisis de la competencia se efectuó mediante la técnica de la observación, y se verificaron los precios de los principales productos en cada local además de la información obtenida de la aplicación del cuestionario. En el apartado de apéndices, se indexo el formato de observación utilizado en la investigación (apéndice dos). Las consultas sobre aspectos legales y ambientales, mediante consulta de códigos, leyes y regulaciones.

3.12 Prueba piloto.

Para evaluar el cuestionario se realizó en la primera semana de setiembre la aplicación de una prueba piloto, con un total de tres encuestas, las cuales no

forman parte de la aplicación formal del cuestionario ni fueron tomadas en cuenta dentro de los datos analizados.

El objetivo de la realización de dicha prueba, se fundamenta en la detección de errores en el cuestionario, verificación del tiempo de duración, errores ortográficos, omisiones, verificación de instrucciones, detección de preguntas ambiguas y obtener sugerencias y opiniones. La prueba piloto fue aplicada a tres jefes de hogar de la comunidad de Residencial el Coyal, las observaciones, modificaciones, opiniones y sugerencias obtenidas son las siguientes:

- No todas las personas del núcleo familiar, consumen frutas y verduras, por lo que la pregunta uno se debe replantear.
- El cuestionario les pareció un poco largo, sobre todo por las preguntas cuatro, cinco y once; de las tres personas que aplicaron el piloto dos indicaron que la pregunta cuatro y cinco son muy similares a la pregunta once. Se procedió a unificar estas preguntas para acortar el cuestionario.
- La pregunta 35 fue eliminada del cuestionario debido a que la información que se obtiene no agrega valor al estudio de mercadeo.
- Los encuestados mencionaron productos que no se encontraban en las listas de las preguntas cuatro, cinco y once, debido a que son productos que regularmente se venden en este tipo de establecimientos se procedió a agregarlos.
- Las encuestas se lograron realizar en un tiempo aproximado de quince a veinte minutos.
- Por recomendación de los encuestados se amplió el rango de edad, de 18 a 70 años.

En los apéndices tres y cuatro se encuentran los cuestionarios de la prueba piloto y el cuestionario de aplicado respectivamente.

3.13 Procesamiento de datos.

El procesamiento de los datos arrojados por el cuestionario se realizó con ayuda del programa estadístico SPSS versión cero punto veinte. Este programa es de gran utilidad para las ciencias sociales y la investigación de mercados, permite de forma ordenada y ágil procesar datos, realizar cruces de variables e interpretar la información. La confección de cuadros y gráficos estadísticos se realizó mediante la herramienta Microsoft Office Excel 2010.

Capítulo IV: Estudio de Mercadeo

En el presente capítulo, se expondrá el Estudio de Mercado realizado a los posibles clientes, el cual pretende conocer si a las personas encuestadas les gustaría utilizar el servicio a domicilio como alternativa de compra de frutas, verduras y adicionalmente si hay mercado para una nueva verdulería en el Coyol de Alajuela.

Se analizan aspectos como el mercado, la oferta, la demanda, perfil del consumidor, entre otros.

4.1 Investigación de mercado.

A continuación se muestran los resultados obtenidos del estudio de mercado realizado en el Coyo de Alajuela entre el 01-09-2014 y el 28-09-2014, con un total de sesenta encuestas, la selección de la muestra se realizó a conveniencia del encuestador, se resalta que las personas seleccionadas fueron elegidas por residir en la posible zona de influencia inicial del proyecto y que estas fueron distribuidas en forma proporcional a la cantidad de viviendas de cada comunidad de la zona de influencia (**ver cuadro 4**) . Las preguntas efectuadas arrojan los siguientes datos:

4.1.1 Análisis de datos de la encuesta.

Pregunta efectuada:

1. ¿Consume su familia frutas y verduras?

Cuadro 5

Coyo, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de las familias de las personas entrevistadas

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)

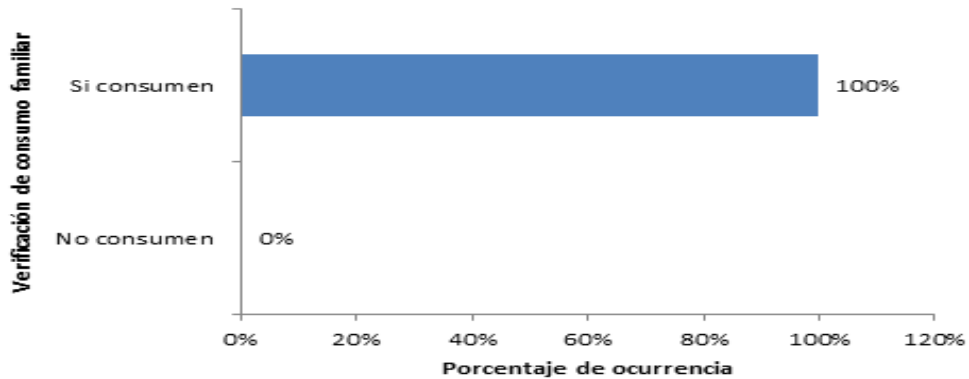
Verificación de consumo familiar	Número de familias	Porcentaje
Si consumen	60	100%
No consumen	0	0%
TOTAL	60	100%

Análisis de los datos: las 60 personas encuestadas afirman que su familia consume frutas y verduras.

Gráfico 1

Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de las familias de las personas entrevistadas

En valores relativos
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

2. ¿Todos los miembros de su familia consumen frutas y verduras?

Cuadro 6

Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de todos los miembros de las familias de las personas entrevistadas

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)

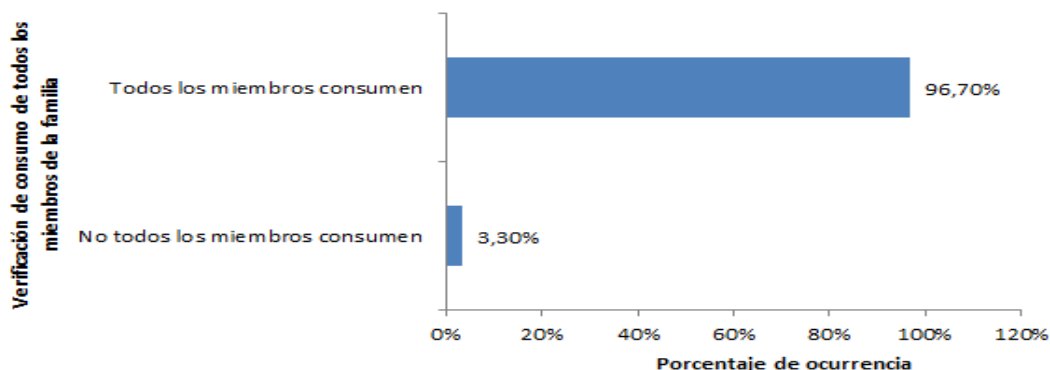
Consumo familiar de frutas y verduras	Número de familias	Porcentaje
Todos los miembros consumen	58	96,70%
No todos los miembros consumen	2	3,30%
Total	60	100%

Análisis de los datos: de las 60 personas encuestadas un total de 58 indican que todos los miembros de la familia consumen frutas y verduras, esto equivale al 96.70%; el 3.30% (dos personas) indicaron que no todos los miembros de la familia consumen frutas y verduras.

Gráfico 2

Coyol, Alajuela: verificación de consumo de frutas y verduras de todos los miembros de las familias de las personas entrevistadas

En valores relativos
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

3. ¿Cuántas veces por semana consume su familia frutas?

Cuadro 7

Coyol, Alajuela: distribución del consumo semanal de frutas de las familias de los entrevistados

En valores absolutos y relativos
Septiembre 2014
n=60

Consumo semanal de frutas	Número de familias	Porcentaje
Siete veces	34	56,67%
Cinco veces	9	15,00%
Cuatro veces	7	11,67%
Dos veces	3	5,00%
Tres veces	3	5,00%
Seis veces	3	5,00%
Una vez	1	1,67%
Total	60	100%

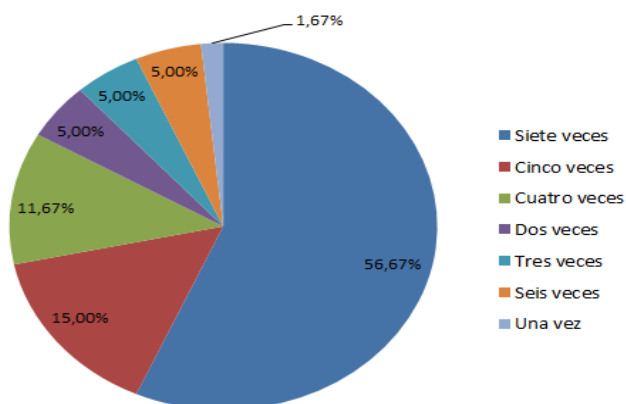
Análisis de los datos: como resultado a la pregunta ¿Cuántas veces por semana consume su familia frutas?; el 56.67% de los entrevistados indicaron que se consume frutas siete veces por semana, el 15%, indica que consume frutas cinco

veces, el 11.67% consume cuatro veces, con 5% aparecen dos, tres y seis veces y con un 1.67% una vez a la semana.

Gráfico 3

Consumo semanal de frutas de las familias de los entrevistados

En valores relativos
Septiembre 2014
n=60



Pregunta efectuada:

4. ¿Cuántas veces por semana consume su familia verduras?

Cuadro 8

Coyol, Alajuela: distribución del consumo semanal de verduras de las familias de los entrevistados

En valores absolutos y relativos
Septiembre 2014
n=60

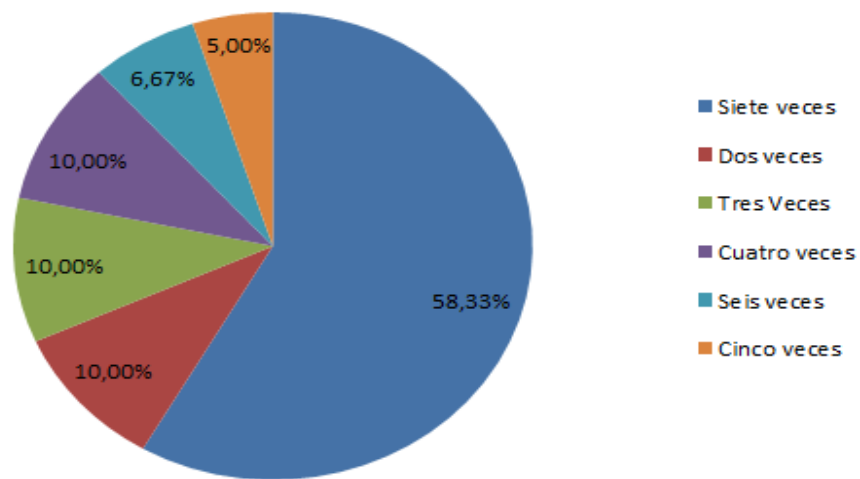
Consumo semanal de verduras	Número de familias	Porcentaje
Siete veces	35	58,33%
Dos veces	6	10,00%
Tres Veces	6	10,00%
Cuatro veces	6	10,00%
Seis veces	4	6,67%
Cinco veces	3	5,00%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el consumo semanal de verduras (este incluye hortalizas) se distribuye de la siguiente forma, el 58.33% de las personas entrevistadas, indica que consume verduras siete días a la semana; el 10% de los entrevistados indico que consume verduras dos veces, con el mismo porcentaje aparecen tres y cuatro veces a la semana, el 6.67% lo hace seis veces a la semana y el 5% restante consume cinco veces.

Gráfico 4

Consumo semanal de verduras de las familias de los entrevistados

En valores relativos
Septiembre 2014
n=60



Pregunta efectuada:

5. ¿Cuáles frutas compra para el consumo regular de su familia?

Cuadro 9

Coyol, Alajuela: frutas compradas regularmente por las personas entrevistadas

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

n=60

Frutas de compra regular de los entrevistados	Unidad de medida	Compra Media	Compra Moda	Si compra		No compra	
				Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Banano	Unidad	10,30	10,00	58	96,67%	2	3,33%
Papaya	Unidad	0,95	1,00	48	80,00%	12	20,00%
Piña	Unidad	0,92	1,00	46	76,67%	14	23,33%
Manzana	Unidad	6,37	10,00	44	73,33%	16	26,67%
Sandía	Unidad	0,56	1,00	33	55,00%	27	45,00%
Fresas	Caja	0,42	0,00	24	40,00%	36	60,00%
Naranja	Unidad	3,00	0,00	21	35,00%	39	65,00%
Uva	Kilo	0,28	0,00	20	33,33%	40	66,67%
Limón Criollo	Unidad	2,42	0,00	17	28,33%	43	71,67%
Mora	Kilo	0,15	0,00	12	20,00%	48	80,00%
Mandarina	Unidad	1,55	0,00	11	18,33%	49	81,67%
Pera	Unidad	0,68	0,00	11	18,33%	49	81,67%
Guayaba	Unidad	0,73	0,00	9	15,00%	51	85,00%
Kiwi	Unidad	0,60	0,00	9	15,00%	51	85,00%
Melón	Unidad	0,15	0,00	9	15,00%	51	85,00%
Jocote	Kilo	0,13	0,00	7	11,67%	53	88,33%
Melocotón	Unidad	0,27	0,00	4	6,67%	56	93,33%
Pipa	Unidad	0,10	0,00	4	6,67%	56	93,33%
Ciruela	Unidad	0,27	0,00	4	6,67%	56	93,33%
Maracuyá	Unidad	0,17	0,00	2	3,33%	58	96,67%
Carambola	Unidad	0,25	0,00	2	3,33%	58	96,67%
Mamon chino	Kilo	0,10	0,00	2	3,33%	58	96,67%
Granadilla	Unidad	0,13	0,00	1	1,67%	59	98,33%
Mangos	Unidad	0,17	0,00	1	1,67%	59	98,33%

Análisis de los datos: las frutas de compra regular mencionadas por los entrevistados son: banano, papaya, piña, manzana, sandía, fresa, naranja, uva, limón criollo, mandarina y pera. En menor medida, los encuestados indican que compran guayaba, kiwi, melón y jocote. Las frutas con menor frecuencia de compra son: melocotón, pipa, ciruela, maracuyá, carambola, mamon chino, granadilla y mango.

Pregunta efectuada:

6. ¿Cuáles verduras compra para el consumo regular de su familia?

Cuadro 10

Coyol, Alajuela: verduras compradas regularmente por las personas entrevistadas

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)

n=60

Verduras de compra regular de los entrevistados	Unidad de medida	Compra Media	Compra Moda	Si compra		No compra	
				Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Cebolla	Kilo	1,06	1,00	60	100,00%	0	0,00%
Papa	Kilo	1,28	1,00	58	96,67%	2	3,33%
Tomate	Kilo	1,03	1,00	56	93,33%	4	6,67%
Chile Rojo	Unidad	3,37	4,00	54	90,00%	6	10,00%
Culantro	Rollo	1,67	1,00	54	90,00%	6	10,00%
Platano maduro	Unidad	2,83	3,00	52	86,67%	8	13,33%
Ajo	Unidad	1,88	3,00	51	85,00%	9	15,00%
Platano verde	Unidad	1,87	1,00	51	85,00%	9	15,00%
Chayote	Unidad	3,02	4,00	49	81,67%	11	18,33%
Zanahoria	Kilo	0,68	1,00	49	81,67%	11	18,33%
Yuca	Kilo	0,68	1,00	44	73,33%	16	26,67%
Lechuga Nor	Unidad	0,58	0,00	38	63,33%	22	36,67%
Lechuga Hidro	Unidad	0,87	0,00	33	55,00%	27	45,00%
Apio	Unidad	0,60	0,00	30	50,00%	30	50,00%
Repollo	Unidad	0,53	0,00	28	46,67%	32	53,33%
Pepino	Kilo	0,38	0,00	25	41,67%	35	58,33%
Ayote	Kilo	0,27	0,00	21	35,00%	39	65,00%
Vainica	Kilo	0,25	0,00	21	35,00%	39	65,00%
Camote	Kilo	0,26	0,00	20	33,33%	40	66,67%
Brocoli	Unidad	0,27	0,00	16	26,67%	44	73,33%
Elotes	Unidad	1,12	0,00	12	20,00%	48	80,00%
Remolacha	Kilo	0,23	0,00	12	20,00%	48	80,00%
Coliflor	Unidad	0,17	0,00	10	16,67%	50	83,33%
Tiquisque	Kilo	0,16	0,00	10	16,67%	50	83,33%
Aguacate	Unidad	0,32	0,00	9	15,00%	51	85,00%
Cebollin	Rama	0,15	0,00	8	13,33%	52	86,67%
Zucchini	Unidad	0,08	0,00	6	10,00%	54	90,00%
Ñampi	Kilo	0,04	0,00	5	8,33%	55	91,67%
Rabano	Rollo	0,12	0,00	5	8,33%	55	91,67%
Berengena	Kilo	0,07	0,00	4	6,67%	56	93,33%
Zapallo	Unidad	0,07	0,00	4	6,67%	56	93,33%
Frijoles Tiernos	Kilo	0,03	0,00	2	3,33%	58	96,67%
Perejil	Unidad	0,03	0,00	2	3,33%	58	96,67%
Espinaca	Mata	0,02	0,00	1	1,67%	59	98,33%
Frijoles Blancos	Kilo	0,02	0,00	1	1,67%	59	98,33%
Guineos	Unidad	0,17	0,00	1	1,67%	59	98,33%

Análisis de los datos: dentro de las principales verduras, hortalizas y legumbres que indican las personas entrevistadas que compran para el consumo regular de sus familias están: cebolla, papa, tomate, chile rojo, culantro plátano

maduro, ajo, plátano verde, chayote, zanahoria, yuca, lechuga criolla, lechuga hidropónica y apio. El cincuenta por ciento o más de las personas entrevistadas afirmaron que compran estos productos. En menor medida los entrevistados afirman que compran regularmente repollo, pepino, ayote, vainica, camote, brócoli, elotes, remolacha, coliflor, tiquisque, aguacate, cebollín y zucchini. Los productos que menos fueron mencionados por los entrevistados fueron: ñampi, rábano, berenjena, zapallo, frijoles tiernos, perejil, espinaca, frijoles blancos y guineos.

Pregunta efectuada:

- 7. ¿En dónde compra habitualmente las frutas?
- 8. ¿En dónde compra habitualmente las verduras?

Debido a que el 100% de las personas entrevistadas afirmo que la compra de frutas y verduras por lo general la realizan en el mismo lugar, la pregunta siete y ocho se analizan en conjunto.

Cuadro 11

Coyol, Alajuela: distribución de lugares de compra habitual de frutas y verduras de los encuestados

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

Lugar de compra habitual de frutas y verduras	Número de personas	Porcentaje
Feria del Agricultor	23	38,33%
Supermercado	20	33,33%
Ventas Informales	9	15,00%
Verduleria	4	6,67%
Mercado	2	3,33%
Depende de la necesidad	1	1,67%
Minisupermercado	1	1,67%
Total	60	100%

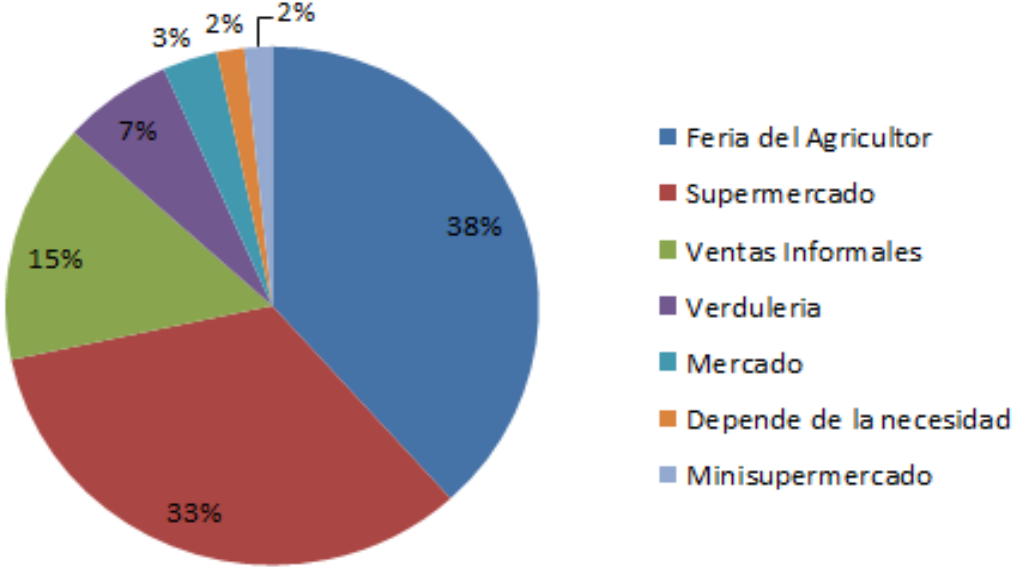
Análisis de los datos: el 38.33% de los entrevistados afirman que las compras de frutas y verduras las realizan en la feria del agricultor, el 33.33% indica que compran en el supermercado, el 15% realiza las compras de estos

bienes en ventas informales, tan solo el 6.67% hace sus compras en verdulerías y 1.67% indica realizar las compras de estos bienes dependiendo de la necesidad.

Gráfico 5.

Distribución de lugares de compra habitual de frutas y verduras de los encuestados

En valores relativos
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

9. ¿Cómo se llama el lugar donde compra normalmente las frutas y verduras?

Cuadro 12

Coyol, Alajuela: distribución de comercios donde habitualmente compran frutas y verduras las personas encuestadas

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

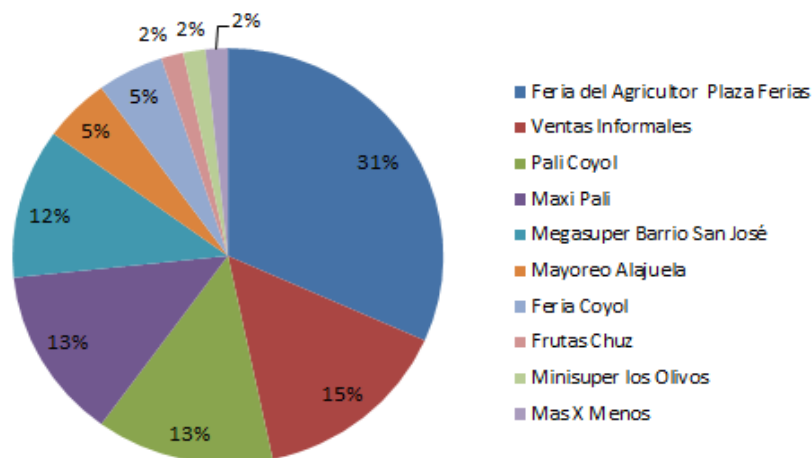
Lugar de compra habitual de frutas y verduras	Número de personas	Porcentaje
Feria del Agricultor Plaza Ferias	19	31,67%
Ventas Informales	9	15,00%
Pali Coyol	8	13,33%
Maxi Pali	8	13,33%
Megasuper Barrio San José	7	11,67%
Mayoreo Alajuela	3	5,00%
Feria Coyol	3	5,00%
Frutas Chuz	1	1,67%
Minisuper los Olivos	1	1,67%
Mas X Menos	1	1,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 31.67% de los encuestados indica que la compra de frutas y verduras la realizan en la Feria del Agricultor de Plaza Ferias, el 15% compra en las denominadas ventas informales, el 13.33% adquiere estos productos en el Pali del Coyol de Alajuela, con el mismo porcentaje aparece Maxi Pali, el 11.67% de los encuestados afirma realizar las compras en Mega súper Barrio San José, con 5% aparecen el Mayoreo (Mercado de Alajuela), y la Feria del Coyol, y con 1.67% cada uno, figuran Frutas Chuz, Minisúper los Olivos y Más por Menos.

Gráfico 6

Distribución de comercios donde habitualmente compran frutas y verduras las personas encuestadas

En valores relativos
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

10. ¿Dónde está ubicado?

Cuadro 13

Coyol, Alajuela: distribución de la localización de los comercios donde habitualmente los encuestados compran frutas y verduras

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

Dirección del lugar	Número de personas	Porcentaje
Alajuela Centro	31	51,67%
Ventas Informales	9	15,00%
Coyol Centro	9	15,00%
Barrio San José de Alajuela	7	11,67%
Coyol Iglesia	3	5,00%
Urbanización Los Olivos	1	1,67%
Total	60	100%

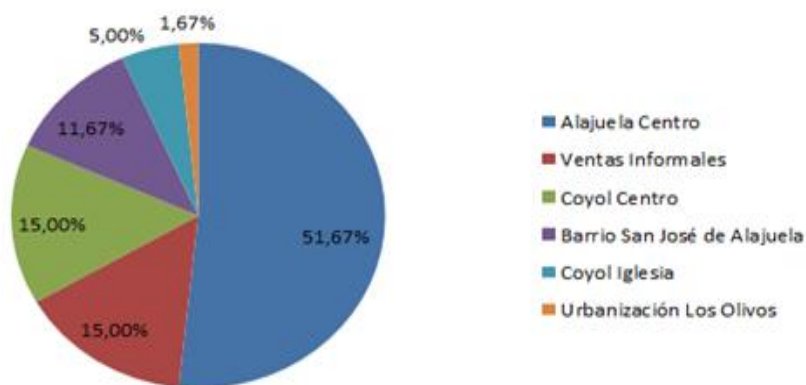
Análisis de los datos: la mayor parte de los entrevistados hace las compras de frutas y verduras en Alajuela Centro, con un 51.67%, seguida de las ventas informales (sin ubicación física del negocio) con un 15.00%, al igual que el Coyol Centro con 15.00%, el 11.67% de la muestra indica que realiza las compras en

Barrio San José, la zona del Coyo Iglesia obtiene un 5.00% y Urbanización Los Olivos apenas el 1.67%.

Gráfico 7

Distribución de la localización de los comercios donde habitualmente los encuestados compran frutas y verduras

En valores relativos
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

11. ¿Cómo se enteró del lugar?

Cuadro 14

Coyo, Alajuela: forma en la que los entrevistados se enteraron del lugar donde compran frutas y verduras

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

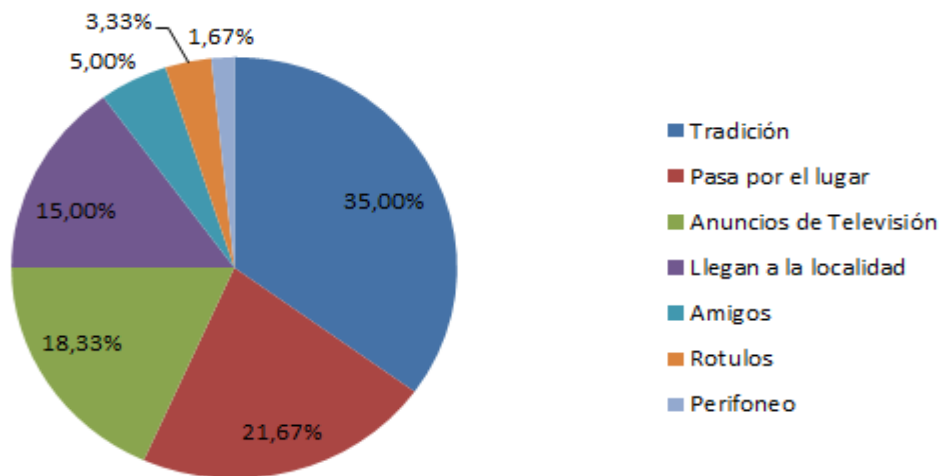
Forma de enterarse del lugar	Numero de personas	
	Frecuencia	Porcentaje
Tradición	21	35,00%
Pasa por el lugar	13	21,67%
Anuncios de Televisión	11	18,33%
Llegan a la localidad	9	15,00%
Amigos	3	5,00%
Rotulos	2	3,33%
Perifoneo	1	1,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 35% de las personas consultadas indica que la forma en que se enteraron del lugar donde compran frutas y verduras es por tradición, el total de personas que indicaron esta respuesta acuden la feria del agricultor, en especial a Plaza Ferias en Alajuela centro; el 21.67% indicaron que se enteraron del lugar debido a que pasaron por ahí; el 18.33% señalaron a los anuncios de televisión como el medio por el cual se enteraron del lugar; el 15% de los entrevistados afirman que las frutas y verduras llegan a su comunidad por medio de ventas informales; el 5% indica que algún amigo les comento sobre el lugar, el 3.33% por medio de rótulos y el restante 1.67% indican que se enteraron del lugar mediante el perifoneo.

Gráfico 8

Forma en la que los entrevistados se enteraron del lugar donde compran frutas y verduras

(En valores relativos)
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

12. ¿Usted está satisfecho con la calidad de las frutas y verduras que compra?

Cuadro 15

Coyol, Alajuela: opinión sobre la satisfacción de los entrevistados con la calidad de frutas y verduras

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

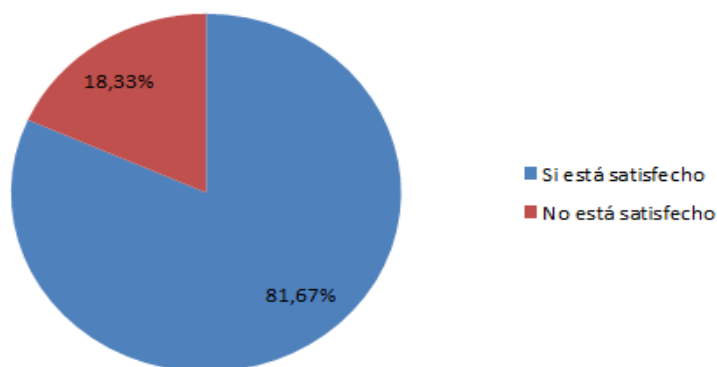
Opinión sobre la calidad de frutas y verduras que compra	Número de personas	Porcentaje
Satisfecho	49	81,67%
Insatisfecho	11	18,33%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 81.67% de las personas entrevistadas, afirma estar satisfecho con la calidad de frutas y verduras (incluye legumbres y hortalizas) que compra, el 18.33% afirma no encontrarse satisfecho con los productos.

Gráfico 9

Opinión sobre la satisfacción de los entrevistados con la calidad de frutas y verduras

En valores relativos
(Septiembre 2014)
n=60



Pregunta efectuada:

12.1 ¿Porque si está satisfecho con las frutas y verduras que compra?

Cuadro 16

Coyol, Alajuela: distribución de los motivos por los que las personas encuestadas están satisfechas con la calidad de frutas y verduras que compran

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

Motivos de satisfacción con la calidad de frutas y verduras	Número de persoanas	Porcentaje
Buena calidad de los productos	44	73,33%
No esta satisfecho	11	18,33%
Buen precio	3	5,00%
Puede escoger	1	1,67%
Buen servicio	1	1,67%
Total	60	100%

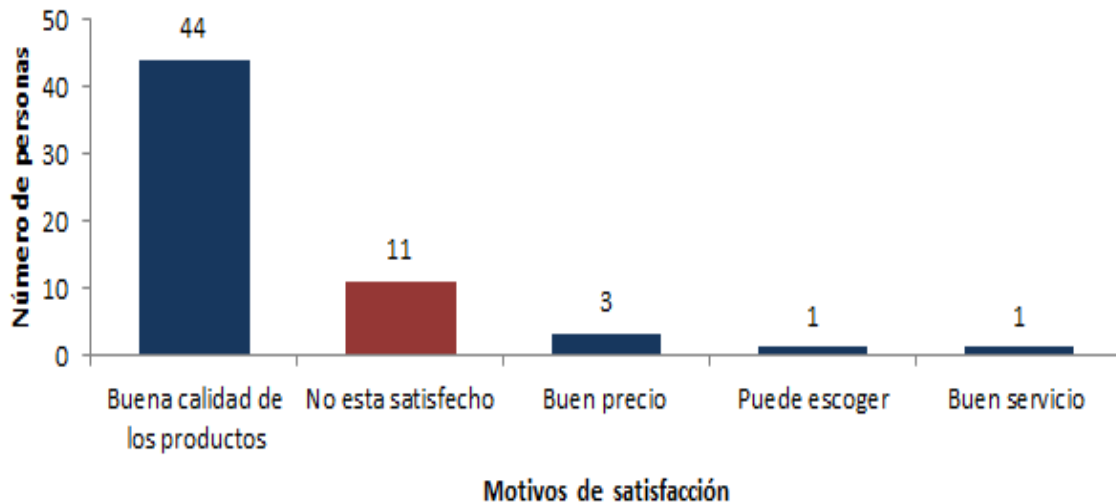
Nota: el 18.33% de los entrevistados indico no estar satisfecho con la calidad de frutas y verduras que compra.

Análisis de los datos: el principal motivo de satisfacción es la buena calidad de los productos 44 personas (73,33%); el 5% de los consultados, dice estar satisfecho debido a que puede escoger los productos, el 1.67% está satisfecho debido a los buenos precios, otro 1.67% afirma que el buen servicio es el motivo de satisfacción.

Gráfico 10

Motivos por los que las personas encuestada están satisfechos con la calidad de frutas y verduras que compran

En valores absolutos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

12.2 ¿Porque no está satisfecho con las frutas y verduras que compra?

Cuadro 17

Coyol, Alajuela: distribución de los motivos por los que las personas encuestadas están insatisfechas con la calidad de frutas y verduras que compran

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

Principales motivos de insatisfacción con la calidad de frutas y verduras	Número de personas	Porcentaje
Personas satisfechas	49	81,67%
Mala calidad de los productos	8	13,33%
Precios altos	3	5,00%
Total	60	100%

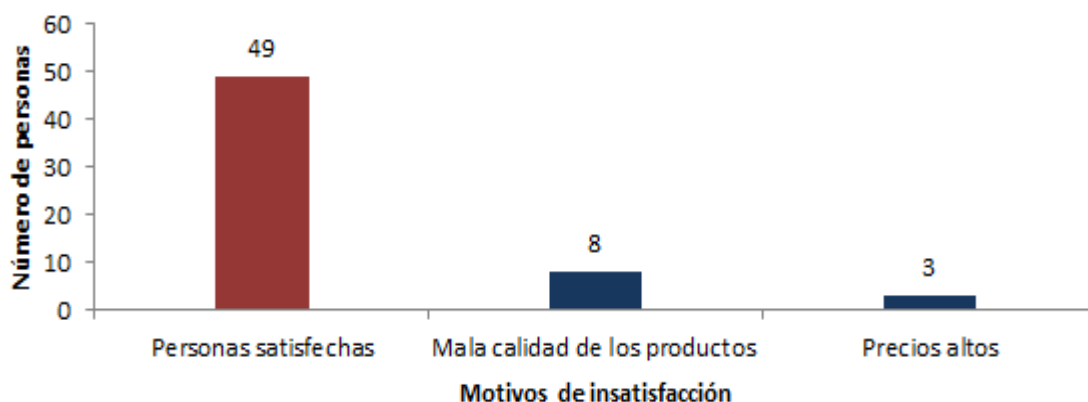
Nota: el 81.67% de los encuestados dice estar satisfecho con la calidad de los productos.

Análisis de los datos: el principal motivo de insatisfacción mencionado por las personas encuestadas es la mala calidad de los productos, 8 personas (13,33%) indicaron este punto; tres personas el 5% de los consultados dice estar insatisfecho debido los precios de los productos que compra, 81.67% de los consultados afirman estar satisfechos con la calidad de frutas y verduras que adquiere.

Gráfico 11

Motivos por los que las personas encuestadas están insatisfechas con la calidad de frutas y verduras que compran

En valores absolutos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

13. ¿Usted estaría dispuesto a cambiar el lugar donde compra las frutas y verduras?

Cuadro 18

Coyol, Alajuela: posición de los entrevistados con respecto al cambio de lugar donde compran frutas y verduras

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

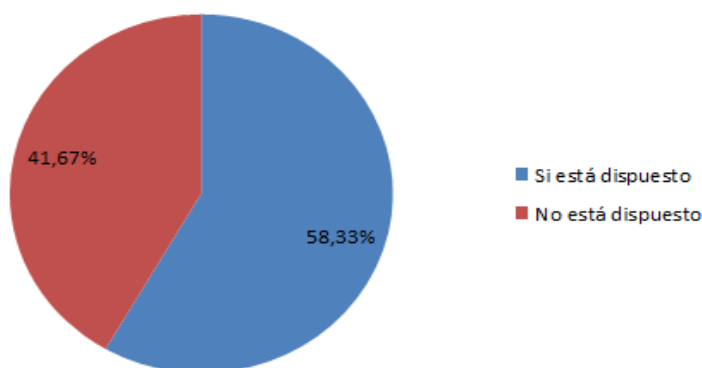
Posición con respecto al cambio	Número de personas	Porcentaje
Si está dispuesto	35	58,33%
No está dispuesto	25	41,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 58.33% de los entrevistados indicaron estar anuente a cambiar el lugar donde compra las frutas y verduras.

Gráfico 12

Posición de los entrevistados con respecto al cambio de lugar donde compran frutas y verduras

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

14. ¿Por qué estaría dispuesto a cambiar?

Cuadro 19

Coyol, Alajuela: distribución de las razones por las que los entrevistados estarían dispuestos a cambiar el lugar donde compran frutas y verduras

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

Razones de cambio de lugar de compra de frutas y verduras	Número de personas	Porcentaje
No cambiaría el lugar	25	41,67%
Menor precio mayor calidad	19	31,67%
Mejor calidad	6	10,00%
Menor precio	4	6,67%
Ahorro de tiempo	3	5,00%
Mejor lugar de compra	3	5,00%
Total	60	100%

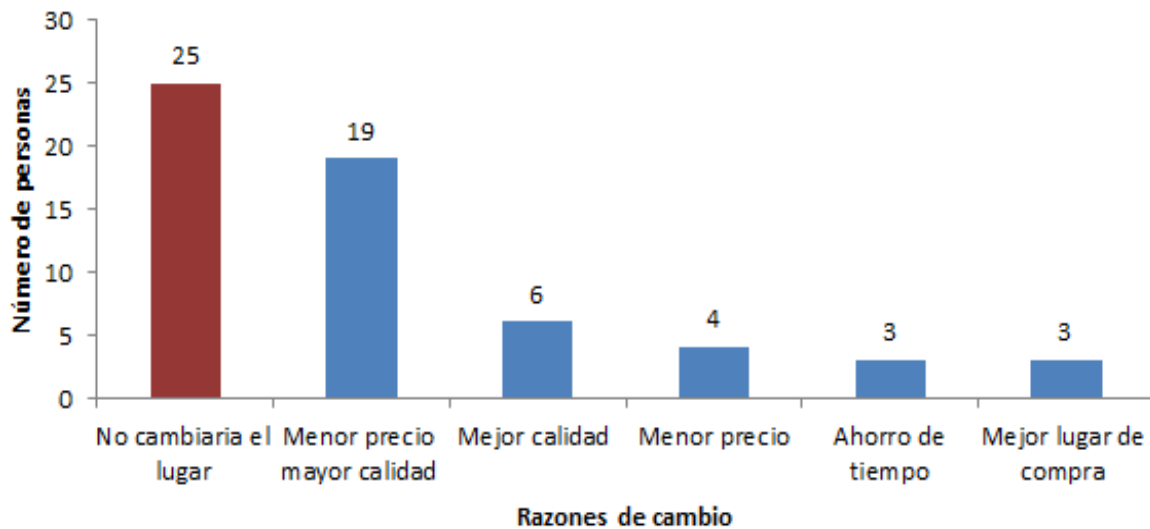
Nota: el 41.67% no cambiaría el lugar donde compra frutas y verduras.

Análisis de los datos: la principal razón de cambio es por un precio menor y mayor calidad 19 personas (31.67%); el 10% mencionaron mayor calidad como motivo; el 6.67% afirma que un precio menor sería la razón por la que haría el cambio; con 5% aparecen ahorrar tiempo y un mejor lugar de comprar.

Gráfico 13

Razones por las que los entrevistados estarían dispuestos a cambiar el lugar donde compran frutas y verduras

En valores absolutos
(Septiembre 2014)



15. ¿Por qué razón no **COMPRA** frutas?

16. ¿Por qué razón no **COMPRA** verduras?

Las preguntas 14 y 15 no se analizaron debido a que en el 100% de las personas encuestadas indican que compran frutas y verduras.

Pregunta efectuada:

17. ¿Habitualmente, compra usted las frutas y verduras de forma diaria, semanal, quincenal o mensual?

Cuadro 20

Coyol, Alajuela: distribución de la periodicidad de compra de frutas y verduras de las personas encuestadas

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

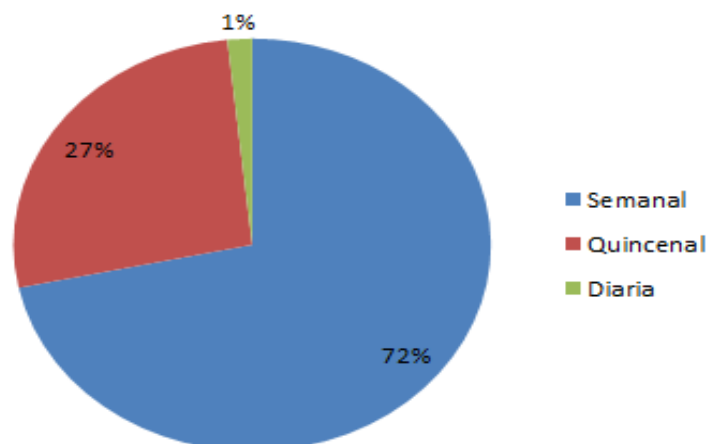
Periodicidad de compra de frutas y verduras	Número de personas	Porcentaje
Semanal	43	71,67%
Quincenal	16	26,67%
Diaria	1	1,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 71.63% de las personas encuestadas indica que compra las frutas y verduras de forma semanal, el 26.67% lo hace de forma quincenal y el 1.67% lo hace de forma diaria. Se destaca que la compra semanal es más común en las personas encuestadas que la compra quincenal o diaria, no se indicó por parte de ningún consultado que compraran frutas y verduras de forma mensual.

Gráfico 14

Periodicidad de compra de frutas y verduras de las personas encuestadas

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

19 ¿Cuánto paga en total por las frutas y verduras?

Análisis de los datos: En cuanto al gasto semanal de dinero por compra de frutas y verduras, según los datos proporcionados por los entrevistados, el precio medio es de **¢12,275.00** y el precio moda es de **¢15,000.00**.

Nota: para facilitar el análisis, los datos quincenales y diarios fueron equiparados a semanales; dividiendo el gastos quincenales entre dos y multiplicando los datos diarios por siete.

Pregunta efectuada:

20. ¿Por cuál medio o de qué forma realiza su pago?

Cuadro 21

Coyol, Alajuela: distribución de la forma habitual de pago por frutas y verduras de las personas encuestadas

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

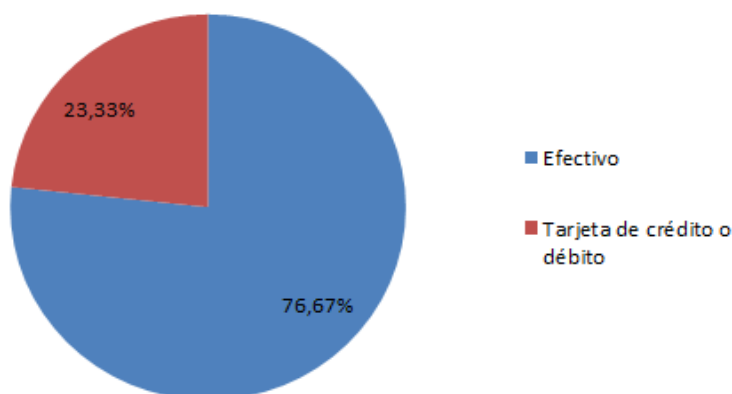
Forma de pago	Número de personas	Porcentaje
Efectivo	46	76,67%
Tarjeta de crédito o débito	14	23,33%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 76.67% de los entrevistados afirma pagar por las frutas y verduras que compra en efectivo, el 23.33% restante lo hace con tarjeta de crédito o débito.

Gráfico 15

Forma habitual de pago por frutas y verduras de las personas encuestadas

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

21. ¿Por lo general en qué momento del día realiza las compras de frutas y verduras?

Cuadro 22

Coyol, Alajuela: distribución del momento del día en que los encuestados realizan compras de frutas y verduras

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

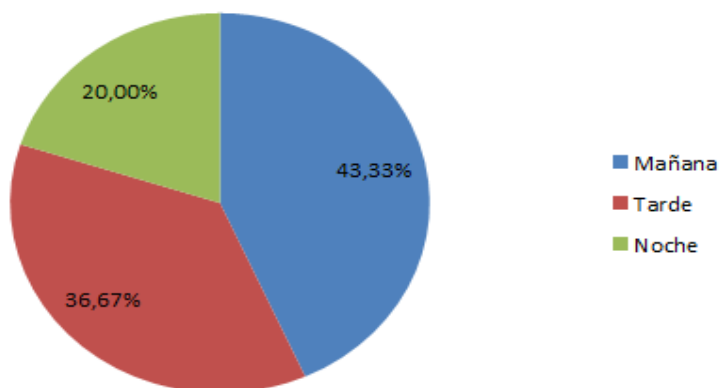
Momento del día	Número de personas	Porcentaje
Mañana	26	43,33%
Tarde	22	36,67%
Noche	12	20,00%
Total	60	100%

Análisis de los datos: del total de encuestados, 26 mencionaron que las compras las realizan en la mañana (43.33%); 22 personas (36.67%) indicaron que realizan las compras en la tarde y 12 personas (20.00%) señalaron realizar las compras en la noche. La mayor parte de las personas consultadas hacen sus compras entre las siete y las dieciocho horas.

Gráfico 16

Momento del día en que los encuestados realizan compras de frutas y verduras

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

22. ¿Habitualmente cómo transporta las frutas y verduras a su casa?

Cuadro 23

Coyol, Alajuela: forma habitual de transporte de frutas y verduras de los encuestados

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

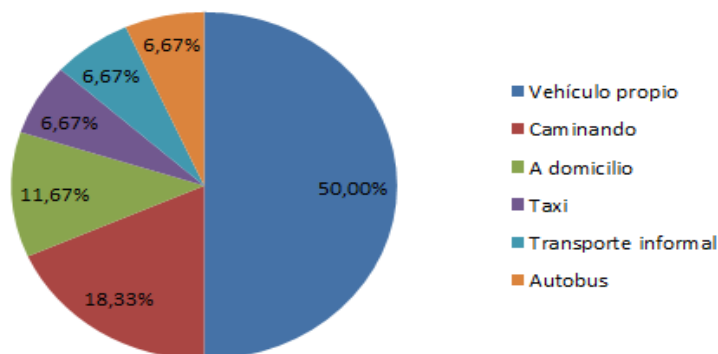
Forma habitual de transporte de frutas y verduras	Número de personas	Porcentaje
Vehículo propio	30	50,00%
Caminando	11	18,33%
A domicilio	7	11,67%
Taxi	4	6,67%
Transporte informal	4	6,67%
Autobus	4	6,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 50% de los encuestados transporta las frutas y verduras a su casa en vehículo propio; el 18.33% lo hace caminando; el 11.67% indica que compran las frutas y verduras en ventas informales (a domicilio); el 6.67% lo hace en taxi, con el mismo porcentaje aparecen el autobús y el transporte informal.

Gráfico 17

Forma habitual de transporte de frutas y verduras de los encuestados

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

23. ¿Por lo general cuánto paga por el transporte?

Cuadro 24

Coyol, Alajuela: distribución de la suma de pago por el transporte de frutas y verduras de los encuestados

En valores absolutos y relativos
(Septiembre 2014)
n=60

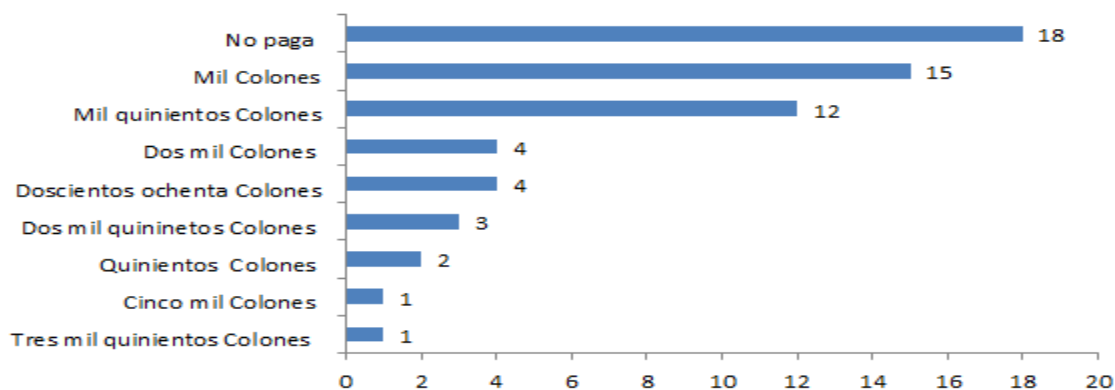
Importe del pago por transporte	Número de personas	Porcentaje
No paga	18	30,00%
Mil Colones	15	25,00%
Mil quinientos Colones	12	20,00%
Doscientos ochenta Colones	4	6,67%
Dos mil Colones	4	6,67%
Dos mil quininetos Colones	3	5,00%
Quinientos Colones	2	3,33%
Tres mil quinientos Colones	1	1,67%
Cinco mil Colones	1	1,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 30% de los encuestados no paga por el transporte, el 25% paga mil Colones; el 20% mil quinientos Colones; con 6.67% aparecen doscientos ochenta colones y dos mil Colones; el 5% paga dos mil quinientos, el 3.33% quinientos, el 1.67% paga tres mil quinientos, el mismo porcentaje paga cinco mil Colones.

Gráfico 18

Pago por el transporte de frutas y verduras de los encuestados

En valores absolutos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

24. ¿Si se abriera una verdulería en Urbanización Lomas, estaría dispuesto a comprar sus frutas y verduras en ese lugar?

Cuadro 25

Coyol, Alajuela: distribución de la disposición de compra en una nueva verdulería en urbanización lomas del coyol

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

n=60

Disposición de compra en una nueva verdulería en Urbanización Lomas del Coyol	Númer de personas	Porcentaje
Si compraría	54	90,00%
No compraría	6	10,00%
Total	60	100%

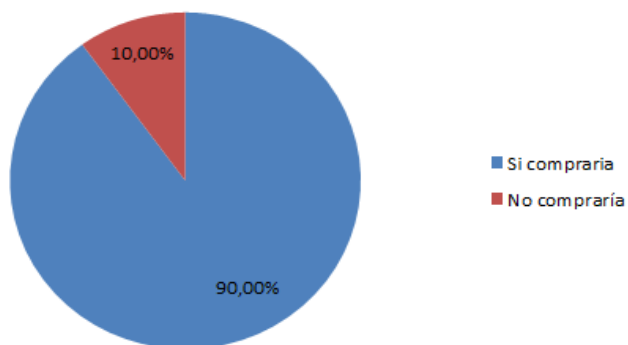
Análisis de los datos: el 90% de los consultados indica que estaría en disposición de realizar las compras de frutas y verduras en una nueva verdulería en Urbanización Lomas del Coyol.

Gráfico 19

Disposición de compra en una nueva verdulería en urbanización lomas del coyol

En valores relativos

(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

25. ¿Le gustaría comprar frutas y verduras en un lugar donde pueda hacer su pedido vía telefónica, por correo electrónico o por encargo y que se lo lleven a su casa?

Cuadro 26

Coyol, Alajuela: disposición de compra mediante entrega a domicilio de los encuestados

(En valores absolutos y relativos)
Septiembre 2014
n=60

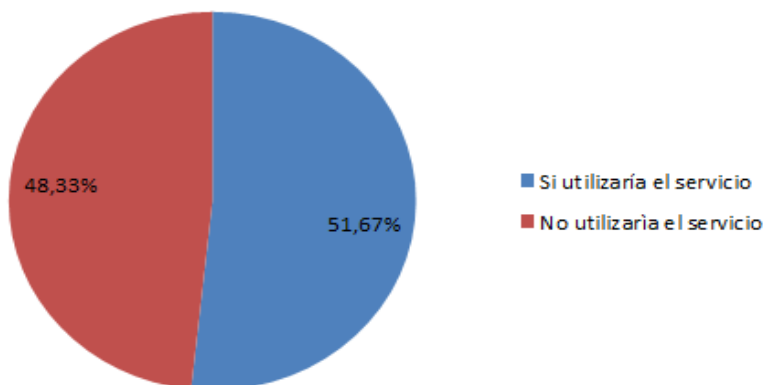
Disposición de compra a domicilio	Número de personas	Porcentaje
Positiva	31	51,67%
Negativa	29	48,33%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 51.67% de las personas entrevistadas afirman que están en disposición de utilizar el servicio de pedidos y entrega a domicilio. Se destaca que las treinta y un personas encuestadas que afirmaron que utilizarían el servicio lo harían por comodidad y ahorro de tiempo.

Gráfico 20

Disposición de compra mediante entrega a domicilio

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

26. ¿En qué momento del día le convendría recibir el pedido en la mañana en la tarde o en la noche?

Cuadro 27

Coyol, Alajuela: preferencia para entrega de pedidos, según momento del día

(En valores absolutos y relativos)
Septiembre 2014
n=60

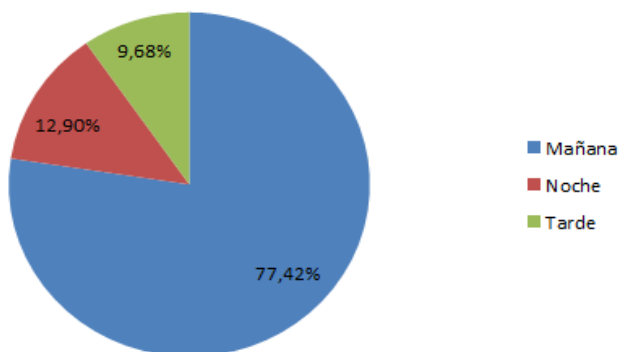
Momento del día	Número de personas	Porcentaje
Mañana	24	77,42%
Noche	4	12,90%
Tarde	3	9,68%
Total que utilizarían el servicio	31	51,67%
Total que no utilizaría el servicio	29	48,33%
Total	60	100%

Análisis de los datos: del total de personas encuestadas que si utilizarían el servicio de entrega a domicilio (31 encuestados), el 77.42% indica que prefiere la entrega en horas de la mañana, el 12.90% en la noche (entre seis y siete de la noche) y el 9.68% prefiere la entrega en horas de la tarde. El 48.33% afirmaron que no comprarían mediante la modalidad de entrega a domicilio.

Gráfico 21

Preferencia para entrega de pedidos según momento del día

En valores relativos
(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

27. ¿En cuál día de la semana le gustaría recibir el pedido?

Cuadro 28

Coyol, Alajuela: preferencia para entrega de pedidos, según el día

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

n=60

Día de la semana	Número de personas	Porcentaje
Sabados	17	54,84%
Viernes	5	16,13%
Domingo	4	12,90%
Lunes	3	9,68%
Martes	1	3,23%
Miercoles	1	3,23%
Total que utilizarían el servicio	31	51,67%
Total que no utilizaría el servicio	29	48,33%
Total	60	100,00%

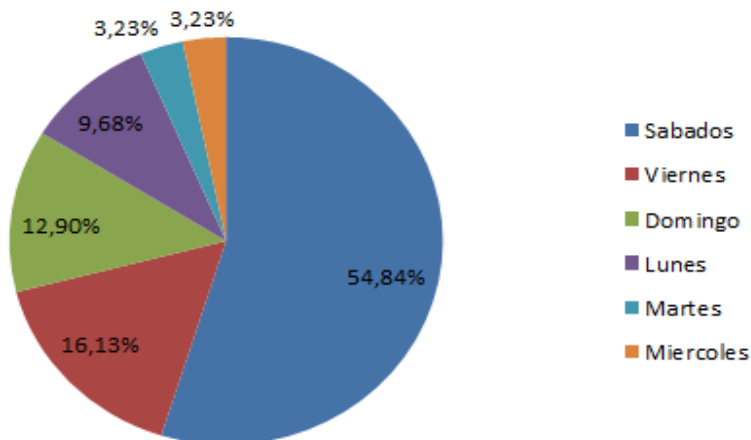
Análisis de los datos: de las personas encuestadas que indicaron que utilizarían el servicio de entrega a domicilio, el 54,84% mencionaron el día sábado para la entrega del pedido, el 16,13% de los entrevistados el día viernes; el 12,90% el domingo, el día lunes con el 9,68%, el martes el 3,23% y con el mismo porcentaje el día miércoles.

Gráfico 22

Preferencia para entrega de pedidos, según el día

En valores relativos

(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

28. ¿Cómo le gustaría que le cobraran?

Cuadro 29

Coyol, Alajuela: distribución de preferencia de forma de cobro de los pedidos, según tipo de forma de pago

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

n=60

Preferencia de forma de pago	Número de personas	Porcentaje
Efectivo	23	74,19%
Tarjeta de crédito o débito	8	25,81%
Total	31	100,00%
Total que utilizarían el servicio	31	51,67%
Total que no utilizaría el servicio	29	48,33%
Total	60	100%

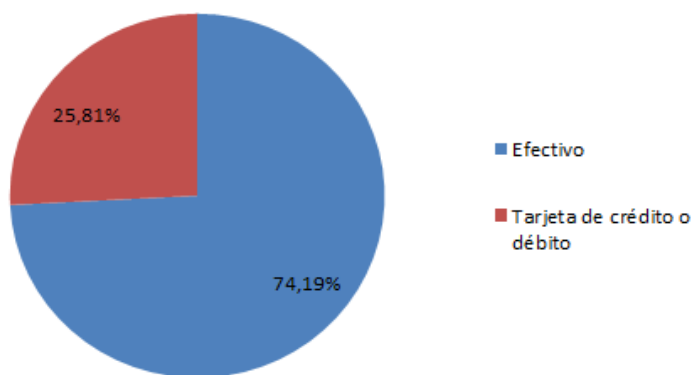
Análisis de los datos: el 74.19% de las personas que afirmaron la posible utilización del servicio a domicilio afirman preferir pagar en efectivo, el 25.81% restante indican como forma de pago, tarjeta de crédito o débito.

Gráfico 23

Preferencia de forma de cobro de los pedidos

En valores relativos

(Septiembre 2014)



Pregunta efectuada:

28.1. ¿Estaría dispuesto a pagar por el transporte?

Cuadro 30

Coyol, Alajuela: disposición a pagar por el servicio a domicilio

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

n=60

Disposición a pagar por el servicio a domicilio	Número de personas	Porcentaje
Positiva	28	90,32%
Negativa	3	9,68%
Total	31	100,00%
Total que utilizarían el servicio	31	51,67%
Total que no utilizaría el servicio	29	48,33%
Total	60	100%

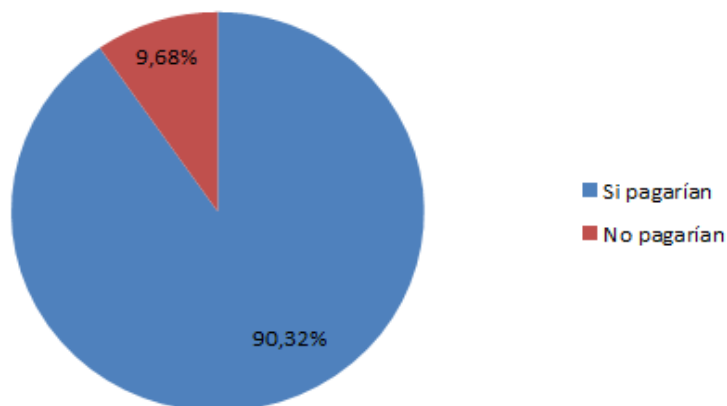
Análisis de los datos: del total de encuestados que están dispuestos a utilizar el servicio a domicilio (31 personas), el 90.32% está en disposición de pagar alguna suma por el servicio. Se omitieron para el análisis de esta pregunta los encuestados que afirmaron no utilizarían el servicio a domicilio.

Gráfico 24

Disposición a pagar por el servicio a domicilio

(En valores relativos)

Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

28. ¿Estaría dispuesto a pagar por el transporte?

Cuadro 31

Coyol, Alajuela: distribución del monto dispuesto a pagar por los entrevistados por el servicio a domicilio

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

n=28

Montos dispuestos a pagar	Número de personas	Porcentaje
Mil colones	18	64,29%
Dos mil colones	6	21,43%
Quinientos colones	2	7,14%
Setecientos colones	1	3,57%
Ochocientos colones	1	3,57%
Total	28	100%

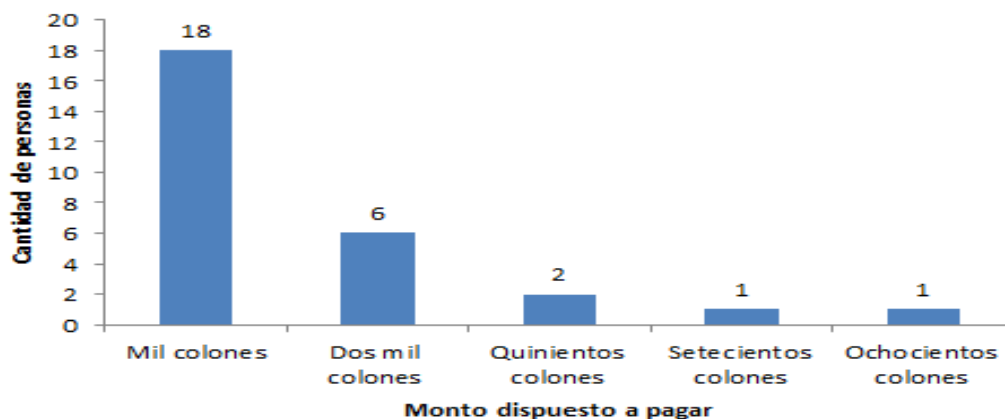
Análisis de los datos: el 64.29% de las personas dispuestas a pagar por el transporte indicaron que pagarían hasta mil Colones; el 21.43% pagaría dos mil colones, el 7.14% quinientos colones; el 3.57% setecientos y con el mismo porcentaje ochocientos Colones.

Gráfico 25

Monto dispuesto a pagar por los entrevistados por el servicio a domicilio

(En valores absolutos)

Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

29. ¿Cuáles son las condiciones que debería cumplir el pedido de frutas y verduras para que usted lo acepte?

Cuadro 32

Coyol, Alajuela: condiciones que debe cumplir un pedido para ser aceptado por el cliente

(En valores absolutos y relativos)
Septiembre 2014

Condiciones del pedido	NÚMERO DE PERSONAS	
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Buena calidad de los productos	31	100,00%
Que el pedido llegue completo	27	79,40%
Amabilidad de la persona que le entrega el pedido	25	73,50%
Que le cobren el monto pactado	24	70,60%
Buena presentación de los productos	20	58,80%
Entrega puntual del pedido	18	52,90%
Los productos deben estar limpios	15	44,10%

Nota: para esta pregunta se excluyeron las personas que indicaron que no utilizarían el servicio a domicilio.

Análisis de los datos: El 100% de las personas que afirmaron que utilizarían el servicio a domicilio para la compra de frutas y verduras, indicaron que la buena calidad de los productos del pedido es primordial para que lo acepten; 79% afirman que el pedido debe llegar completo; el 74% de los encuestados que utilizarían el servicio indicaron la amabilidad de la persona que lo atiende como una condición importante; para el 71% es significativo que le cobren el monto pactado; el 59% insinúa que la presentación de los productos es importante; el 53% sostienen que la entrega puntual es un punto relevante y el 44% afirman que los productos deben de estar limpios para recibir el pedido.

Pregunta efectuada:

30. ¿Cuáles son las condiciones que debería tener una verdulería para que usted realice sus compras?

Cuadro 33

Coyol, Alajuela: condiciones que debe cumplir una verdulería mencionadas por los encuestados

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

Condiciones que debe cumplir una verdulería	NÚMERO DE PERSONAS	
	ABSOLUTOS	RELATIVOS
Buena calidad de los productos	53	88,33%
El local debe estar limpio	53	88,33%
Productos frescos	48	80,00%
El local debe estar ordenado	42	70,00%
Amabilidad de la persona que le atiende	41	68,33%
Productos económicos	40	66,67%
Variedad de productos a la venta	30	50,00%
Los productos deben estar limpios	28	46,67%
Poder pagar con tarjeta de crédito o débito	23	38,33%

Análisis de los datos: el 88.33% de las personas encuestadas opina que la buena calidad de los productos y la limpieza del local son factores o condiciones importantes que debe cumplir una verdulería; el 80% indico que se deben de ofrecer productos frescos; para el 70% de los encuestados el orden del local es vital, el 68.33% hace alusión a la amabilidad con la que le atienden; el 66.67% expresa que el precio económico un factor a tomar en cuenta; otras condiciones menciona son la variedad de productos con un 50%, la limpieza de los productos con un 46.67% y por ultimo poder pagar con tarjeta de crédito o débito con un 38.33%.

Pregunta efectuada:

31. ¿Podría decirme cuál es su edad en años cumplidos?

Cuadro 34

Coyol, Alajuela: distribución de edades de las personas encuestadas

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

Edad en años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
20	1	1,67%	1,67%
22	1	1,67%	3,34%
24	1	1,67%	5,01%
27	2	3,33%	8,34%
28	1	1,67%	10,01%
29	1	1,67%	11,68%
30	3	5,00%	16,68%
31	2	3,33%	20,01%
32	2	3,33%	23,34%
33	5	8,33%	31,67%
34	1	1,67%	33,34%
36	2	3,33%	36,67%
39	1	1,67%	38,34%
40	3	5,00%	43,34%
41	2	3,33%	46,67%
43	2	3,33%	50,00%
45	2	3,33%	53,33%
46	2	3,33%	56,66%
47	3	5,00%	61,66%
49	2	3,33%	64,99%
50	6	10,00%	74,99%
53	2	3,33%	78,32%
54	1	1,67%	79,99%
55	1	1,67%	81,66%
57	1	1,67%	83,33%
58	1	1,67%	85,00%
59	2	3,33%	88,33%
60	1	1,67%	90,00%
61	1	1,67%	91,67%
64	2	3,33%	95,00%
66	1	1,67%	96,67%
70	2	3,33%	100,00%
Total	60	100,00%	

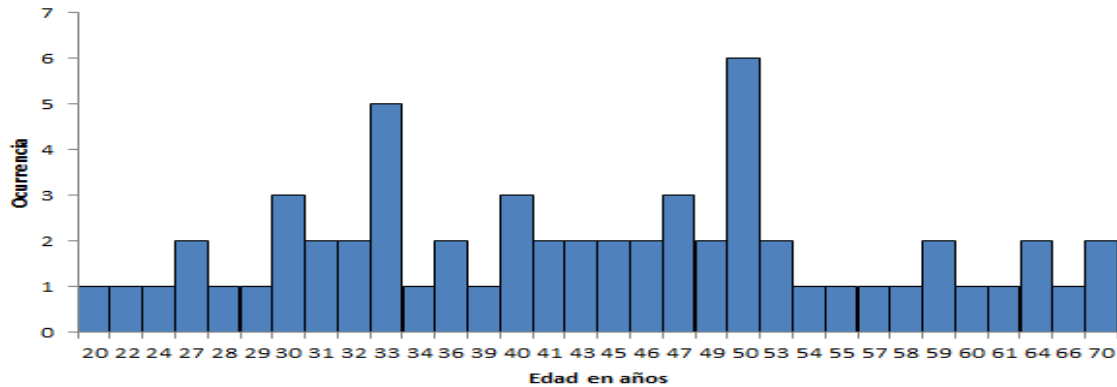
Análisis de los datos: la edad promedio de las personas encuestadas está en 43 años, la edad moda es de 50 años, la edad máxima es de 70 años y la edad mínima es de 20 años, 75% de los encuestados poseen 50 años o menos; el 25% restante se encuentra entre los 51 y los 70 años.

Gráfico 26

Distribución de edades de las personas encuestadas

(En valores relativos)

Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

32. Localidad donde se aplicó la encuesta.

Cuadro 35

Coyol, Alajuela: distribución del lugar de residencia de las personas encuestadas

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

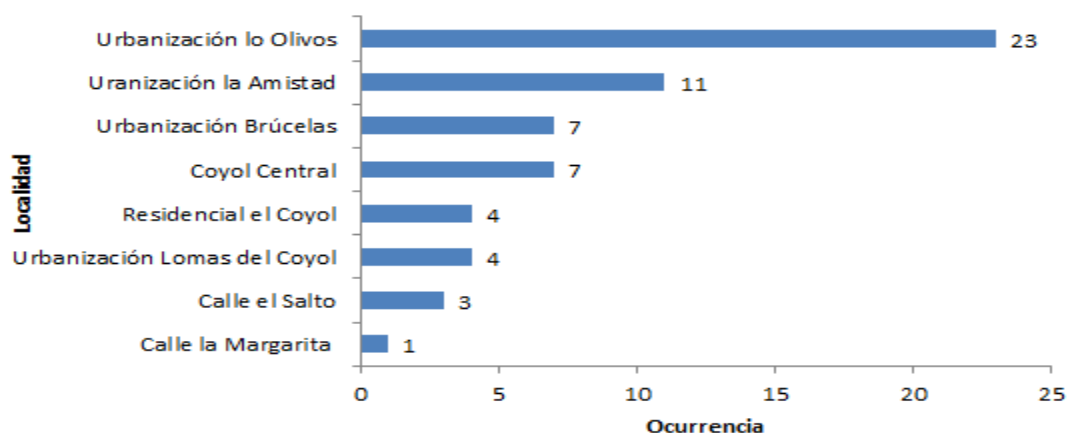
Lugar de residencia de los entrevistados	Número de personas	
	Frecuencia	Porcentaje
Urbanización lo Olivos	23	38,33%
Urbanización la Amistad	11	18,33%
Coyol Central	7	11,67%
Urbanización Brúcelas	7	11,67%
Urbanización Lomas del Coyol	4	6,67%
Residencial el Coyol	4	6,67%
Calle el Salto	3	5,00%
Calle la Margarita	1	1,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: el 38.33% de los encuestados residen en Urbanización los Olivos, el 18.33% en Urbanización la Amistad, el 11.67% en Coyol Central con igual porcentaje en Urbanización Brúcelas, el 6.67% residen en Urbanización

Lomas del Coyol, el 6.67% en Residencial el Coyol, el 5% vive en Calle el Salto y el 1.67% en Calle la Margarita.

Gráfico 27

Distribución del lugar de residencia de las personas encuestadas
(En valores absolutos)
Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

33. Sexo de las personas encuestadas.

Cuadro 36

Coyol, Alajuela: distribución según sexo de las personas encuestadas
(En valores absolutos y relativos)
Septiembre 2014

Sexo de las personas entrevistadas	Número de personas	
	Absoluto	Relativo
Mujer	56	93%
Hombre	4	7%
Total	60	100%

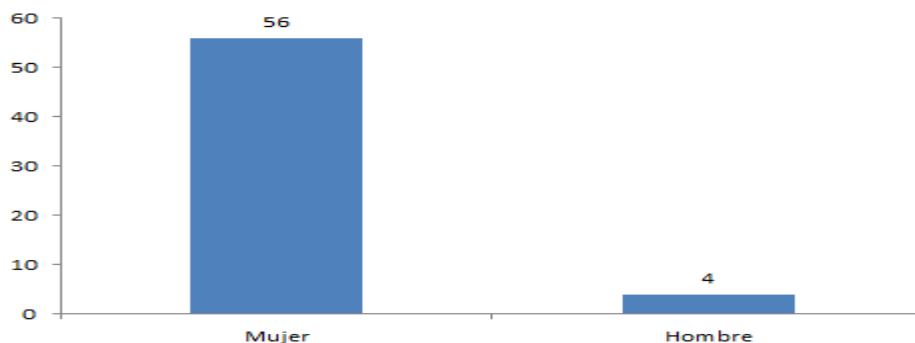
Análisis de los datos: del total de personas encuestadas el 93% fueron mujeres un total de 56, y el 7% fueron hombres un total de 4.

Gráfico 28

Distribución según sexo de las personas encuestadas

(En valores relativos)

Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

34. ¿Cuántas personas viven en su casa?

Cuadro 37

Coyol, Alajuela: distribución según número de personas en los hogares de los encuestados

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

Número de personas que componen el núcleo familiar	Número de personas	
	Frecuencia	Porcentaje
Tres	22	36,67%
Cuatro	17	28,33%
Dos	11	18,33%
Cinco	7	11,67%
Uno	1	1,67%
Seis	1	1,67%
Siete	1	1,67%
Total	60	100%

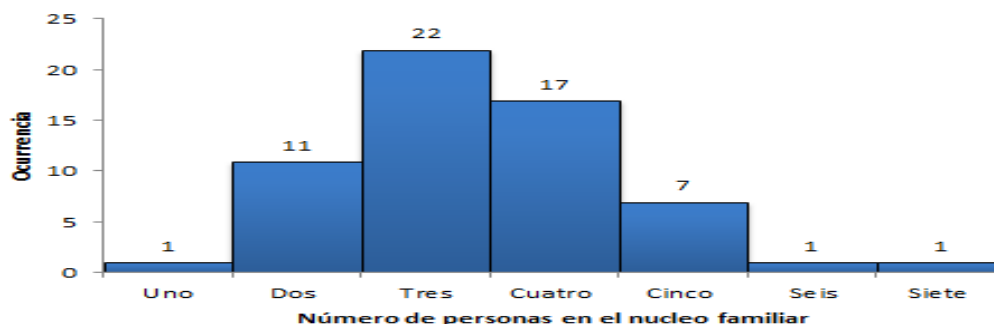
Análisis de los datos: el 36.67% de las personas encuestadas indican que su núcleo familiar está compuesto por tres miembros, el 28.33% por cuatro; el 18.33% por cinco y con 1.67% hay familias con uno, seis y siete miembros.

Gráfico 29

Distribución según número de personas en los hogares de los encuestados

(En valores relativos)

Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

35. ¿Cuál es su ocupación principal?

Cuadro 38

Coyol, Alajuela: distribución según ocupación principal de las personas encuestadas

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

Ocupación principal de las personas encuestadas	Número de personas	
	Frecuencia	Porcentaje
Ama de casa	37	61,67%
Empleado sector público	8	13,33%
Comerciante	6	10,00%
Operaria Industrial	2	3,33%
Maquilladora	1	1,67%
Mantenimiento	1	1,67%
Técnico dental	1	1,67%
Contador	1	1,67%
Pensionado	1	1,67%
Gerente de Recursos Humanos	1	1,67%
Profesora	1	1,67%
Total	60	100%

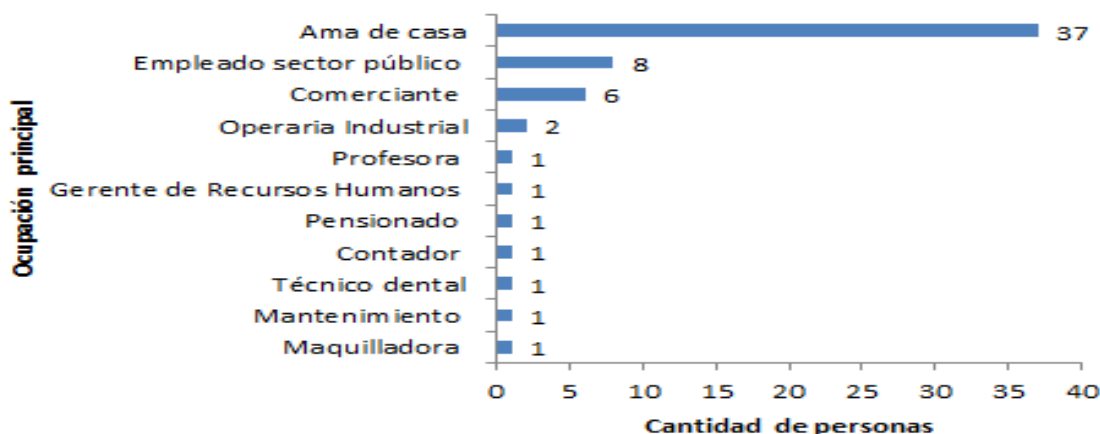
Análisis de los datos: el 61.67% de las personas es ama de casa; el 13.33% es empleado del sector público, el 10% es comerciante; el 3.33% es operaria industrial; las ocupaciones maquilladora, mantenimiento, técnico dental, contador, pensionado, gerente de recursos humanos y profesora aparecen con 1.67% cada una.

Gráfico 30

Distribución según ocupación principal de las personas encuestadas

(En valores relativos)

Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

36. ¿Cuál es su último grado de educación aprobado?

Cuadro 39

Coyol, Alajuela: distribución según último grado de educación aprobado de las personas encuestadas

(En valores absolutos y relativos)

Septiembre 2014

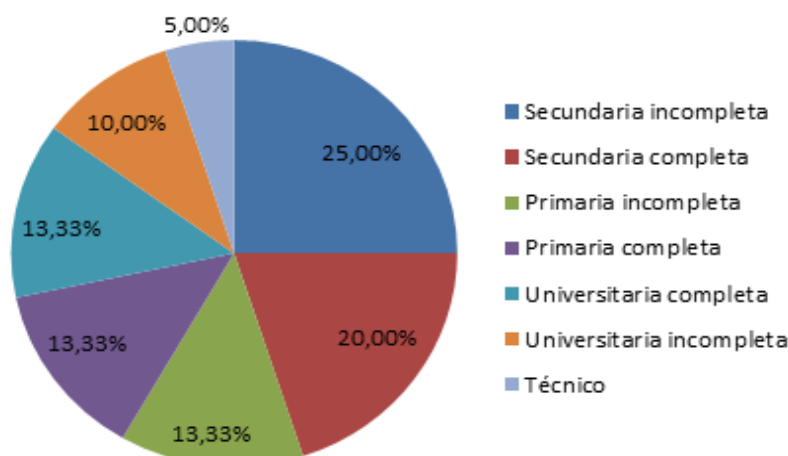
Último grado académico de las personas encuestadas.	Número de personas	
	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria incompleta	15	25,00%
Secundaria completa	12	20,00%
Primaria incompleta	8	13,33%
Primaria completa	8	13,33%
Universitaria completa	8	13,33%
Universitaria incompleta	6	10,00%
Técnico	3	5,00%
Total	60	100%

Análisis de los datos: del total de personas consultadas el 25% poseen la secundaria incompleta, el 20% secundaria completa; con 13.33% aparecen primaria incompleta, primaria completa y universitaria completa, con 10% universitaria completa y con 5% el grado técnico.

Gráfico 31

Distribución según último grado de educación aprobado de las personas encuestadas

(En valores relativos)
Septiembre 2014



Pregunta efectuada:

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

Cuadro 40

Coyol, Alajuela: distribución del nivel de ingresos netos de las familias de los entrevistados

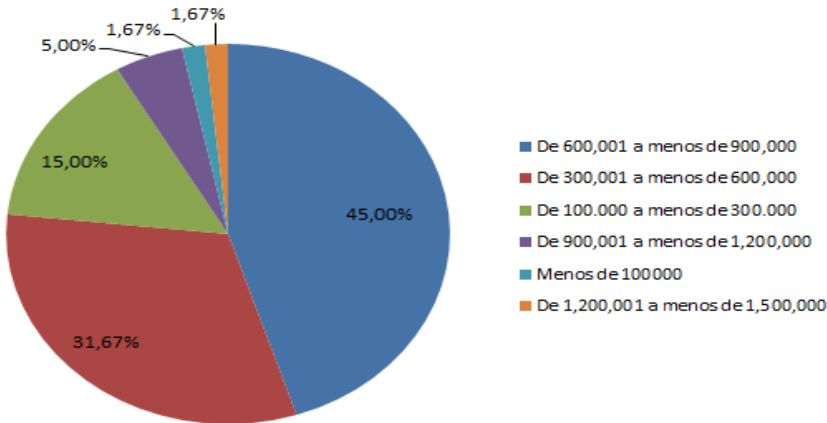
(En valores absolutos y relativos)
Septiembre 2014

Ocupación principal de las personas encuestadas	Número de personas	
	Frecuencia	Porcentaje
De 600,001 a menos de 900,000	27	45,00%
De 300,001 a menos de 600,000	19	31,67%
De 100.000 a menos de 300.000	9	15,00%
De 900,001 a menos de 1,200,000	3	5,00%
Menos de 100000	1	1,67%
De 1,200,001 a menos de 1,500,000	1	1,67%
Total	60	100%

Análisis de los datos: según los datos suministrados por los encuestados, el 45% (27 personas), indicaron que el ingreso familiar neto se encuentra en el rango de entre los ¢600,001.00 y los ¢900,000.00, el 31.67% está entre los ¢300,001.00 y los ¢600,000.00; el 15% (9 personas) poseen ingresos neto familiar de entre ¢100,000.00 y ¢300,000.00; el 5% muestra ingresos netos de entre ¢900,001.00 y los ¢1,200,000.00; el 1.67% indica ingresos familiares netos de menos de ¢100,000.00 con el mismo porcentaje hay ingresos de entre ¢1,200,001.00 y el ¢1,500,000.00.

Gráfico 32

Distribución del nivel de ingresos netos de las familias de los entrevistados
(En valores relativos)
Septiembre 2014




4.1.2 Observación.

En el siguiente apartado se analizaran los resultados de las observaciones realizadas a los competidores mencionados con mayor frecuencia en el cuestionario aplicado, estos son la Feria del Agricultor Plaza Ferias, Pali Coyol, Maxi Pali Alajuela Centro, Mega Súper Barrio San José y ventas informales. El formato utilizado para recolectar la información está en el **apéndice dos**, en este se tomaron en cuenta las variables calidad, servicio y precio.

Cuadro 41

Verificación de la competencia; Plaza Ferias Alajuela centro Octubre 2014

Formato de Observación - Estudio de Mercado PROYECTO EMPRENDEDOR INVESTIGACIÓN DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA UNA VERDULERÍA.					
Fecha de la Observación		18/10/2014		Competidor	
Fecha de publicación precios recomendados CNP		18 y 19 de octubre		Plaza Ferias	
Nivel 1	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad		Mala	Regular	Buena
					X
Nivel 2	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad en servicio		Malo	Regular	Bueno
					X
Nivel 3	Característica a evaluar : Precio		Rango de evaluación General		
	Producto	Precio recomendado	Mayor	Igual	Inferior
Frutas	Banano	¢32 Und	¢50		
	Papaya	¢500 kg		X	
	Piña	¢675 Und		X	
	Manzana	¢1200 Bolsa con 10		X	
	Sandía	¢700 kg		X	
	Fresas	¢375 caja		X	
Verduras	Cebolla	¢575 kg		X	
	Papa	¢500 kg	¢600		
	Tomate	¢ 625 kg		X	
	Chile	¢ 220 Und		X	
	Culantro	¢ 175 Rollo		X	
	Plátano maduro	¢ 160 Und		X	
	Chayote	¢ 275 Und			¢200
	Zanahoria	¢ 275 kg		X	
	Yuca	¢ 400 kg		X	
	Lechuga Hidro	¢ 900 und		X	
	Lechuga Criolla	¢ 250 und	¢275		
	Apio	¢ 800 kg		X	
	Repollo	¢ 380 kg	¢400		
	Pepino	¢ 350 kg	¢500		
Fotografías del lugar					
<p>Conclusiones generales del competidor: plaza ferias concentra una gran cantidad de oferentes, los precios se acoplan a los publicados por el CNP, las ventas se realizan en local bajo techo, hay acceso a parqueo y el horario de atención inicia el viernes desde las 6 pm a 10 pm y sábado de 6 am a 3 pm. se considera una competencia fuerte debido a la tradición que poseen los usuarios de esta feria. calidad buena y servicio bueno. dentro de las desventajas se indican, presas para acceder al lugar, y el tiempo que se tarda en comprar. La visita se realizo el 18/10/2014 y se incluyeron los precios de las frutas y verduras con menor precio,</p>					



Conclusiones de la visita realizada a la Feria del Agricultor en Plaza Ferias:

La feria del agricultor que se organiza en Alajuela Centro posee una serie de características que la colocan como una de las principales competencias que podría tener la nueva verdulería. Se muestran los principales atributos encontrados en la observación realizada:

- El lugar concentra una gran cantidad de productores y vendedores, por lo que se pueden encontrar variaciones en precios, muchas promociones y variedad de calidad en frutas y verduras.
- En general la calidad de los productos es muy buena, esto depende del momento del día en que se hagan las compras, regular mente los productos se pueden encontrar con una calidad superior si se hace la compra en horas de la mañana.
- El lugar ofrece acceso gratuito a parqueo, el cual posee capacidad suficiente para la cantidad de vehículos que ingresan al lugar.
- Como debilidad se anota que el ingreso a las instalaciones es difícil, sobre todo los sábados por la cantidad de clientes que ingresan a la plaza. En el momento que se realizó la visita, se tardó entre quince y veinte minutos en ingresar al lugar en automóvil.
- En cuanto al precio, por lo general se acopla a los sugeridos por el Consejo Nacional de Producción, se encontraron variaciones en algunos productos pero no es la tendencia general.
- El servicio al cliente es el habitual para este tipo de ferias, la atención de los vendedores es excelente.
- En cuanto al tiempo que se puede tardar en realizar compras en el lugar, podría estar entre una hora y media y dos horas.

Cuadro 42

Verificación de la competencia; Pali Coyo Alajuela Octubre 2014

Formato de Observación - Estudio de Mercado PROYECTO EMPRENDEDOR INVESTIGACIÓN DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA UNA VERDULERÍA.					
Fecha de la Observación		19/10/2014		Competidor	
Fecha de publicación precios recomendados CNP		18 y 19 de octubre		Pali Coyo	
Nivel 1	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad		Mala	Regular	Buena
				X	
Nivel 2	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad en servicio		Malo	Regular	Bueno
				X	
Nivel 3	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Precio		Mayor	Igual	Inferior
	Producto	Precio recomendado			
Frutas	Banano	¢32 Und	¢50		
	Papaya	¢500 kg	¢600		
	Piña	¢675 Und			¢540
	Manzana	¢1200 Bolsa con 10	¢2120		
	Sandía	¢700 kg			¢600
	Fresas	¢375 caja	No estaba disponible		
Verduras	Cebolla	¢575 kg	¢600		
	Papa	¢500 kg	¢600		
	Tomate	¢ 625 kg	¢650		
	Chile	¢ 220 Und			¢175
	Culantro	¢ 175 Rollo	¢300		
	Plátano maduro	¢ 160 Und	¢475		
	Chayote	¢ 275 3 Und	¢300		
	Zanahoria	¢ 275 kg	¢350		
	Yuca	¢ 400 kg	¢450		
	Lechuga Hidro	¢ 900 und	No estaba disponible		
	Lechuga Criolla	¢ 250 und	¢300		
	Apio	¢ 800 kg	No estaba marcado el precio		
	Repollo	¢ 380 kg	¢175		
Pepino	¢ 350 kg	¢500			
Fotografías del lugar	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>				
<p>Comentarios generales de la visita: la calidad de los productos es deficiente, se encontraron diferencias importantes en el precio de diferentes productos, tanto en verduras como en frutas, el lugar donde se está el área de verdulería está cerca a la carnicería y a los productos de limpieza. El lugar no mantiene un encargado; es de autoservicio y el orden de los productos no es el mejor. En general la calidad y el precio no están acorde. La disposición de los productos no incita a la compra.</p> <p>Nota: no se permitió la toma de fotografías dentro del local.</p>					



Conclusiones de la visita realizada a Pali Coyol de Alajuela:

Este supermercado está ubicado en el Coyol de Alajuela, sobre carretera principal, cuenta con acceso a parqueo; los resultados de la visita realizada son los siguientes:

- En cuanto a la calidad de los productos se notó que está muy por debajo de los que se ofrecen en la feria del agricultor de Plaza Ferias, la presentación y orden del área dispuesta para la venta no es la mejor.
- Los precios están, como era predecible, por encima de los encontrados en Plaza Ferias en la mayoría de los productos consultados, también se encontraron precios por debajo de los recomendados por el Concejo Nacional de Producción pero con calidad inferior. Se anota además que se hallaron algunos productos sin precio.
- El lugar ofrece acceso gratuito a parqueo, el cual posee capacidad para unos treinta vehículos.
- El supermercado funciona bajo la modalidad de auto servicio.
- Se destaca que para pagar, hay que hacer filas relativamente largas, pudiéndose tardar de quince a veinte minutos en este proceso.
- El servicio al cliente en general es relativamente malo, no hay un encargado en la zona de verdulería, por lo que los clientes no pueden realizar consultas.
- Es importante mencionar que este supermercado no cuenta con aire acondicionado o ventilación, no hay servicio de empaque y la variedad de productos tanto en clase como en calidad en el área de verdulería es limitado.

Cuadro 43

Verificación de la competencia; Maxi Pali Alajuela centro Octubre 2014

Formato de Observación - Estudio de Mercado PROYECTO EMPRENDEDOR INVESTIGACIÓN DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA UNA VERDULERÍA.					
Fecha de la Observación		19/10/2014		Competidor	
Fecha de publicación precios recomendados CNP		18 y 19 de octubre		Maxi Pali	
Nivel 1	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad		Mala	Regular	Buena
Nivel 2	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad en servicio			X	
Nivel 3	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Precio		Mayor	Igual	Inferior
Frutas	Producto	Precio recomen			
	Banano	¢32 Und	¢50		
	Papaya	¢500 kg	¢600		
	Piña	¢675 Und			¢540
	Manzana	¢1200 Bolsa cc	¢2120		
	Sandía	¢700 kg			¢600
Verduras	Fresas	¢375 caja	No estaba disponible		
	Cebolla	¢575 kg	¢600		
	Papa	¢500 kg	¢600		
	Tomate	¢ 625 kg	¢650		
	Chile	¢ 220 Und			¢175
	Culantro	¢ 175 Rollo	¢300		
	Plátano maduro	¢ 160 Und	¢175		
	Chayote	¢ 275 3 Und	¢300		
	Zanahoria	¢ 275 kg	¢350		
	Yuca	¢ 400 kg	¢450		
	Lechuga Hidro	¢ 900 und	No estaba disponible		
	Lechuga Criolla	¢ 250 und	¢295		
	Apio	¢ 800 kg	¢900		
	Repollo	¢ 380 kg	¢475		
Pepino	¢ 350 kg	¢500			
Fotografías del lugar					
	<p>Comentario general de la visita: la calidad de los productos observada en la visita es buena, el área destinada a frutas y verduras es administrada por dos dependientes que evacuan consultas y ayudan a los clientes en sus compras; con respecto al precio, mantienen similitud con los de Pali Coyol pero su calidad es superior, la mayor parte de productos mantienen precios por encima de los recomendados por el Consejo Nacional de Producción.</p>				


Conclusiones de la visita realizada a Maxi Pali Alajuela Centro:

Este supermercado está ubicado en Alajuela Centro, a un costado de Plaza Ferias, cuenta con acceso a parqueo los resultados de la visita realizada son los siguientes:

- En cuanto a la calidad de los productos es comparable a los que se ofrecen en Plaza Ferias y presentan gran diferencia con los que ofrece Pali Coyol a pesar de que pertenecen a la misma cadena de supermercados.
- Los precios están por encima de los encontrados en la feria del agricultor en muchos de los productos consultados, pero son prácticamente iguales a los de Pali Coyol; se hallaron algunos productos sin precio.
- El lugar ofrece acceso gratuito a parqueo, el cual posee capacidad para unos cincuenta vehículos.
- El supermercado funciona bajo la modalidad de auto servicio.
- Se destaca que para pagar, hay que hacer filas relativamente largas, pudiéndose tardar de veinte a treinta minutos en este proceso.
- El servicio al cliente en general es relativamente bueno, hay un encargado en la zona de verdulería, por lo que los clientes pueden realizar consultas, en cuanto al momento de pagar el servicio es malo, sobre todo por el tiempo de espera.
- El lugar es ventilado y mantiene un orden adecuado de los productos.
- Mantiene el mismo problema que se destacó para Plaza Ferias, el acceso al lugar en algunos momentos del día es difícil debido al congestionamiento vial que se presenta, sobre todo los fines de semana; y el parqueo en ocasiones se ve saturado.

Cuadro 44

Verificación de la competencia; Mega Súper Barrio San José Octubre 2014

Formato de Observación - Estudio de Mercado PROYECTO EMPRENDEDOR INVESTIGACIÓN DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA UNA VERDULERÍA.					
Fecha de la Observación		19/10/2014		Competidor	
Fecha de publicación precios recomendados CNP		18 y 19 de octubre		Mega Súper	
Nivel 1	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad		Mala	Regular	Buena
				X	
Nivel 2	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Calidad en servicio		Malo	Regular	Bueno
				X	
Nivel 3	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
	Precio		Mayor	Igual	Inferior
Frutas	Producto	Precio recomen			
	Banano	¢32 Und	No estaba disponible		
	Papaya	¢500 kg			¢445
	Piña	¢675 Und	¢665		
	Manzana	¢1200 Bolsa cc	¢1123		
	Sandía	¢700 kg	¢690		
	Fresas	¢375 caja	No estaba disponible		
Verduras	Cebolla	¢575 kg			¢565
	Papa	¢500 kg			¢455
	Tomate	¢ 625 kg			¢305
	Chile	¢ 220 Und	¢210		
	Culantro	¢ 175 Rollo	¢575		
	Plátano maduro	¢ 160 Und			¢150
	Chayote	¢ 275 3 Und	¢425		
	Zanahoria	¢ 275 kg			¢265
	Yuca	¢ 400 kg			¢390
	Lechuga Hidro	¢ 900 und			¢595
	Lechuga Criolla	¢ 250 und	No estaba disponible		
	Apio	¢ 800 kg	¢1490		
	Repollo	¢ 380 kg			¢370
Pepino	¢ 350 kg	¢595			
Fotografías del lugar					
<p>Comentario general de la visita: con respecto a la calidad de los productos ofrecidos se determino como regular, el color y el grado de madures de muchas de las frutas y verduras observadas influyo en esta determinación. El precio en la mayor parte de los productos observados esta por encima de los recomendados por el Concejo Nacional de producción. El supermercado mantiene un dependiente en el área, pero su forma de atención es regular, el lugar cuenta con vigilancia, parqueo y el horario es extenso de ocho de la mañana a once de la noche.</p>					

Conclusiones de la visita realizada a Mega Súper Barrio San José:

Este supermercado está ubicado en Barrio San José de Alajuela, frente al Club de Leones sobre carretera principal; cuenta con acceso a parqueo para unos cien vehículos, los resultados de la visita realizada son los siguientes:

- La calidad de los productos es regular, es inferior a Plaza Ferias y a Maxi Pali, pero superior a Pali Coyol.
- Se encontraron precios inferiores a los sugeridos por el Consejo Nacional de Producción pero en su mayoría están por encima de los propuestos.
- El supermercado funciona bajo la modalidad de auto servicio.
- El servicio de caja es eficiente, sobre todo los fines de semana, en el peor de los casos se tarda unos diez minutos para pagar.
- El servicio al cliente en general es relativamente bueno, hay un encargado en la zona de verdulería, por lo que los clientes pueden realizar consultas.
- El lugar es ventilado y mantiene una separación adecuada de los diferentes productos que ofrece.
- El acceso en vehículo al lugar es ágil, no hay congestionamiento vehicular y mantiene dos áreas para el ingreso y salida de automóviles.

Verificación de la competencia; ventas informales:

Este fue el competidor que presento mayor dificultad para el estudio, no se pudo corroborar los precios con respecto a los publicados en la semana que se realizó el estudio de competencia, debido a la imposibilidad del investigador de

localizar este tipo de ventas, sobre todo por la forma en que operan, se determinaron los siguientes puntos sobre este tipo de ventas:

- La totalidad de encuestados que indicaron comprar frutas y verduras a ventas informales señalaron estar satisfechos con la calidad de productos que adquieren, por lo que se asume que la calidad que ofrece este tipo de ventas debe estar entre regular y buena.
- Es muy posible que los productos se vean afectados debido a la exposición a condiciones ambientales como sol, lluvia y contaminación por estar expuestos al aire libre.
- En cuanto al precio, no se pudo determinar si están acorde con los sugeridos por el Consejo Nacional de Producción.

4.2 Análisis de la demanda.

El estudio de mercado muestra que las personas consultadas indican un alto grado de consumo de frutas y verduras, el 100% de los consultados, afirmó consumir este tipo de productos (**ver cuadro 5**). También es importante destacar que el consumo de este tipo de productos es alto en las familias de los encuestados, donde solamente el 3.30% indicó que hay miembros en sus familias que no consumen frutas y verduras. La regularidad semanal de consumo es alta, el 56.67% de las encuestas indica que la familia consume siete veces a la semana verduras y 58.33% consume frutas siete veces a la semana (**ver cuadro 6 y 7**).

Con relación a la posible demanda de la nueva verdulería, la posición de las personas entrevistadas a cambiar el lugar donde compran estos bienes es favorable, más del 50% está anuente al cambio (**ver cuadro 18**). Mejor aún es la disposición de los consultados cuando se les pregunto si comprarían en una

nueva verdulería ubicada en Urbanización Lomas del Coyol, donde el 90% de los encuestados afirmo que si compraría **(cuadro 25)**.

También es importante destacar que la mayor parte de los encuestados reafirman la idea de negocio del proyecto (servicio a domicilio), el 51,67% presenta disposición positiva a la utilización de este servicio **(cuadro 26)**.

4.3 Análisis de la oferta.

El estudio de mercadeo muestra que las personas entrevistadas realizan la compra de frutas y verduras en su mayoría en la feria del agricultor el 38.33%, seguido del supermercado con un 33.33% y ventas informales con un 15.00%, también fueron mencionados en el estudio verdulerías, mercado municipal y mini supermercados **(ver cuadro 11)**.

El establecimiento de mayor frecuencia de compra entre los consultados es la Feria del Agricultor de Plaza Ferias en Alajuela Centro, el cual fue mencionada por el 31.67% de los encuestados, las ventas informales representan el 15% de los oferentes de este tipo de bienes; los supermercados mencionados fueron Pali, Maxi Pali, Maga súper y Más por Menos, el ultimo mencionado solamente en una encuesta.

A nivel geográfico la mayor parte de los oferentes de este tipo de bienes, según el estudio de mercadeo se concentran en Alajuela Centro, el 51.67% indico este como el lugar donde realiza las compras; otros lugares que agrupan porcentajes significativos son el Coyol Centro con un 15%, las ventas informales con un 15% y Barrio San José con un 11.67% del total de la muestra **(cuadro 13)**.

4.4 Producto (bien / servicio).

Como se mencionó en el capítulo uno, la verdulería mantendrá dos modalidades de venta, la primera mediante el método tradicional (venta directa al consumidor final), el segundo mediante la implementación del servicio a domicilio. Para ambos casos se determinó que hay una serie de frutas y verduras que son de consumo habitual para las familias de los entrevistados, los siguientes cuadros muestran estos productos.

Cuadro 45

Frutas de compra regular por los encuestados

Setiembre 2014

Frutas indicadas por los encuestados	Unidad de medida	Consumo promedio semanal familiar
Banano	Unidad	10,30
Papaya	Unidad	0,95
Piña	Unidad	0,92
Manzana	Unidad	6,37
Sandía	Unidad	0,56
Fresas	Caja	0,42
Naranja	Unidad	3,00
Uva	Kilo	0,28
Limón Criollo	Unidad	2,42
Mora	Kilo	0,15

Fuente: Estudio de mercado.

Cuadro 46.

Verduras de compra regular por los encuestados

Setiembre 2014

Verduras de compra regular	Unidad de medida	Consumo promedio semanal familiar
Cebolla	Kilo	1,06
Papa	Kilo	1,28
Tomate	Kilo	1,03
Chile Rojo	Unidad	3,37
Culantro	Rollo	1,67
Platano maduro	Unidad	2,83
Ajo	Unidad	1,88
Platano verde	Unidad	1,87
Chayote	Unidad	3,02
Zanahoria	Kilo	0,68
Yuca	Kilo	0,68
Lechuga Nor	Unidad	0,58
Lechuga Hidro	Unidad	0,87
Apio	Unidad	0,60
Repollo	Unidad	0,53
Pepino	Kilo	0,38
Ayote	Kilo	0,27
Vainica	Kilo	0,25
Camote	Kilo	0,26

Fuente: Estudio de mercado

Según el **cuadro 16**, para las personas encuestadas, es de gran importancia la calidad de los productos, el 73.33% indico que su satisfacción con estos productos esta intrincadamente relacionada con la calidad de estos, por lo que la nueva verdulería debe de mantener una calidad alta en los productos que ofrezca.

El **cuadro 30** revela que los productos deben de estar frescos, mantener un precio económico, que haya variedad, deben de estar limpios y bien presentados.

Con respecto al servicio a domicilio, las personas que indicaron ser posibles usuarios, afirmaron que existen ciertas condiciones que debe de cumplir el pedido para su aceptación; se pueden dividir en producto y servicio. En cuanto al producto, se mencionaron las siguientes condiciones:

- La calidad de los productos del pedido debe ser buena.
- Debe de llegar completo.
- El pedido debe tener una buena presentación.
- Los productos deben de estar limpios.

En cuanto al servicio, se mencionaron los siguientes aspectos:

- La persona que entrega el pedido debe ser amable.
- El monto de cobro debe ser el pactado.
- El pedido debe llegar en forma puntual.

Los datos resultantes de la encuesta revelan además que alrededor del 50% de las personas consultadas, estarían dispuestas a comprar frutas y verduras mediante la propuesta de entrega a domicilio, las preguntas implementadas para verificar preferencias en cuanto a este servicio muestran datos importantes, por ejemplo el 77.42% de los posibles usuarios según la encuesta, prefieren la entrega de los pedidos en horas de la mañana; el día de preferencia para recibir el pedido es el sábado con el 54.84% de los posibles usuarios, el viernes con el 16.13% y domingo con el 12.90% (**ver cuadro 27**). La mayor parte prefiere pagar con efectivo (74,19%) de los posibles usuarios, la otra cuarta parte prefiere tarjeta de crédito o débito; además el 90.32% está dispuesto a pagar por el transporte, con disposición a pagar entre quinientos y dos mil colones por el servicio.

4.5 Análisis del cliente.

En el estudio de mercado realizado, la mayor parte de los encargados de comprar frutas y verduras son mujeres 93% de la muestra. La ocupación principal es ser ama de casa con el 61,67%, no se descarta que las consultadas que indicaron otras ocupaciones también sean amas de casa. En mayor medida el grado académico de estas personas es secundaria incompleta o completa, ambas suman el 45% del total de encuestas.

En gran mayoría las familias de los encuestados están compuestas por 3 miembros 36.67%, con cuatro miembros aparece el 28.33% y con 2 el 18.33%; el ingreso familiar neto más recurrente de las familias de los encuestados está entre los seiscientos mil un colones y los novecientos mil colones, que representan el

45% de las encuestas, el 31.67% está entre los trescientos mil un colones y los seiscientos mil colones.

En resumen el perfil del cliente de la nueva verdulería según las encuestas aplicadas, se describe como amas de casa, que residen en la zona de influencia inicial (**ver cuadro 4**) con un grado académico de secundaria completa o incompleta, cuyo núcleo familiar oscila entre tres o cuatro miembros, con ingresos netos entre los trescientos mil y los novecientos mil colones, que necesiten comprar frutas y verduras mediante servicio a domicilio o de manera tradicional.

4.6 Análisis del precio.

En este tipo de negocio, hay dos aspectos a tomar en cuenta con respecto al precio de venta al consumidor final, el primero es la volatilidad del precio de las frutas y verduras debido principalmente a la estacionalidad y la oferta de los productores, el segundo es la cantidad de oferentes, lo que hace que para poder mantener un precio competitivo halla que manejar márgenes de ganancia un poco bajos.

El principal lugar de compra para la nueva verdulería será el CENADA, Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos, este maneja una publicación semanal de los precios a mayoristas y minoristas, disponible en la página web:

<http://www.simacr.go.cr/images/pima/precios/BOLETIN%2003%20ENERO%202014.pdf>)

Esta lista será la base para determinar el precio de los productos de la nueva verdulería; también se tomara como referencia la lista de precios recomendada para las ferias del agricultor por el CNP (Concejo Nacional de producción) que se publican de forma semanal en la dirección:

<http://www.simacr.go.cr/index.php/ferias-agricultor>

El margen de ganancia sobre ventas se fijara en 20%, procurando mantener un precio competitivo con respecto a las listas del CENADA y del CNP. Este cálculo se deberá realizar de forma semanal, debido a que estas listas varían en esa forma, también se debe de tomar en cuenta el momento de compra de inventario, se prevé que sea semanal.

Ejemplo: posible cálculo del precio de venta del Aguacate Hass Mexicano:

Se debe determinar el posible costo a partir de la publicación de precios de CENADA, se descarga la lista de precios a mayoristas y minoristas de la página antes mencionada y se determina el costo por unidad de medida del producto.

Para el 10-10-2014 este es el Boletín de Volúmenes y precios de CENADA.

Figura 16 Boletín de Volúmenes y precios CENADA

Fecha de Plaza:		10/10/2014		OFERTA		PRECIO / UNIDAD DE MEDIDA			
PRODUCTO	UNIDAD	VOLUMEN	KILOS	UNIDAD VENTA	MIN	MAX	MODA	PROMEDIO	
AGUACATE_CAJA HASS MEXICANO	CAJA (10 Kg)	1.200,0	12.000,0	CAJA (10 Kg)	13.500,0	14.500,00	14.000,0	14.062,5	
AGUACATE_KILO HASS NACIONAL	KILO	2.900,0	2.900,0	KILO	900,0	1.300,00	1.200,0	1.133,3	
AJO_IMPORTADO	CAJA (10 Kg)	235,0	2.350,0	CAJA (10 Kg)	14.000,0	15.000,00	15.000,0	14.600,0	
APIO_VERDE_MATA	MATA	9.450,0	7.182,0	MATA	500,0	800,00	600,0	658,8	

Fuente: www.simacr.go.cr

En este caso el costo promedio de la caja de diez kg de aguacate Hass Mexicano oscila en ¢14,062.50 lo que resulta en un valor por kilogramo de ¢1406.25. Para la misma semana, esta fue la publicación por parte del CNP:

Figura 17 Precios sugeridos para la feria del agricultor CNP

CNP Consejo Nacional de Producción Costa Rica		PRECIOS SUGERIDOS ferias del agricultor		SIA Sistema de Información Agroalimentaria	
11 OCTUBRE - 12 OCTUBRE 2014				Boletín 40	
PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	PRECIO COLONES	PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	PRECIO COLONES
AGUACATE HASS	KG	1500	LIMON MANDARINO	UND	35
APIO VERDE	KG	750	LIMON MESINO	UND	45

Fuente: www.simacr.go.cr

Cálculo del precio de venta de frutas y verduras:

Cuadro 47

Cálculo del precio de venta Octubre 2014

Fecha publicación CENADA	10/10/2014						
Fecha publicación CNP	12/10/2014						
PRODUCTO	Unidad de medida	Precio promedio CENADA	Precio CNP	Margen aplicado	Margen absoluto	Precio de venta	Ganancia por Unidad de medida
Aguacate hass	kg	1406,25	1500	20%	281,25	1688	281

Fuente: Elaboración propia basado en listas de precios CNP y PIMA.

Cálculo del cobro por el transporte:

El precio por el servicio a domicilio se determinará por la localidad que se atienda: el estudio de mercadeo indica que los posibles usuarios están dispuestos a pagar precios entre los quinientos y los dos mil Colones. Se asignaron los siguientes precios por localidad.

Cuadro 48

Precio por transporte según localidad

Localidad	Precio por transporte
Coyol Central	¢1,500,00
Urbanización Brúcelas	¢1,500,00
Calle el Salto	¢1,500,00
Urbanización los Olivos	¢1,000,00
Urbanización la Amistad	¢1,000,00
Calle la Margarita	¢1,000,00
Urbanización Lomas del Coyol	¢500,00
Residencial el Coyol	¢500,00

Fuente: encuestas del estudio de mercado.

Nota: el precio por el servicio de transporte fue asignado según la lejanía de la localidad que se atenderá con respecto a la verdulería y comparando el precio que cobran los servicios a domicilio de la zona.

4.7 Análisis de la estrategia de comercialización (4p`s).

4.7.1 Producto:

La nueva verdulería mantendrá a la venta frutas, verduras, hortalizas, tubérculos y cualquier otro bien que sea compatible con la venta de estos, como pulpas, condimentos, miel o huevos. Las ventas de estos productos se realizarán en el local que se ubicará en Residencial Lomas del Coyol en el Coyol de Alajuela. Como valor agregado, también se ofrecerá servicio a domicilio, el cual consiste en que los clientes realizan un pedido vía telefónica, correo electrónico, mensaje de texto o red social y se entrega en los hogares por un costo determinado.

4.7.2 Precio:

El precio de los productos (frutas y verduras) será determinado mediante la comparación de listas de precios publicadas por el CENADA y el CNP, calculando un margen bruto de ganancia de alrededor del 20% del costo, el precio se determinara en forma semanal, esto para evitar pérdidas por cambios de precio o precios que estén alejados de los ofrecidos por la competencia y en concordancia con el precio pagado por el inventario.

Con respecto al cobro por transporte, este será definido según la localidad que se atiende (**ver cuadro 47**), el precio debe fluctuar entre los quinientos y los dos mil colones para la zona de influencia inicial, estos precios se deberán modificar con respecto al alza de combustibles y la inflación.

4.7.3 Plaza:

Los productos estarán a disposición de los posibles clientes bajo dos modalidades, la forma tradicional mediante un local acondicionado para la venta frutas y verduras, el cual estará localizado en Urbanización Lomas del Coyol, la opción de pedidos se maneja con cuatro posibles variables, mediante pedidos vía telefónica, correo electrónico, mensaje de texto o red social, según conveniencia del cliente, estos pedidos serán recibidos y procesados en el local para su posterior entrega.

4.7.4 Promoción:

En cuanto a la promoción, se recomienda que el local mantengan orden y limpieza, debido a que según el estudio de mercado, estos son factores fueron considerados por las personas encuestadas como relevantes, adicionalmente según el **cuadro 14**, la mayor parte de las personas a las que se les consulto indicaron que compran en determinado lugar por tradición (muchos años de

comprar en el mismo sitio) por lo que para generar cambio en los compradores, el local debe de llamar la atención y mantener condiciones que lo hagan atractivo para los consumidores. Por otra parte se recomienda para las primeras etapas del negocio utilizar volantes y perifoneo, para la promoción de la nueva verdulería.

4.8 Mercado de proveedores.

La mayor parte de proveedores para este tipo de negocio se encuentran en el CENADA, este es un mercado mayorista y minorista organizado por PIMA (Programa Integral de Mercado Agropecuario) este se encarga de la regulación del comercio de este tipo de productos en el país.

La característica esencial del CENADA, es que reúne a una gran cantidad de productores de diferentes productos en un solo lugar, permitiendo acceso a las diferentes clases de frutas y verduras con variedad de calidades. Una de las ventajas de la compra de inventarios en este lugar, es que no se crea dependencia de proveedores, esto debido a que muchos productores ofrecen los mismos productos.

Otra de las ventajas es la regulación de precios, la cual es determinada por PIMA y se calcula según la disponibilidad (oferta de productos). El horario de atención es lunes, miércoles, viernes de 0:00 a 23:30 y sábados de 6:00 a 12:00.

4.9 Determinación de costos e inversiones de mercadeo.

4.9.1 Publicidad:

Se determina que será necesaria la siguiente inversión en publicidad para promocionar la verdulería en la zona de influencia inicial:

- Rotulo para el local. El costo por el rotulo es de ¢145,000.00 (ver anexo 1); este rubro se incluyó dentro de la inversión inicial del proyecto.
- Inversión en publicidad mediante el método de perifoneo, mínimo una vez al mes durante los primeros 6 meses. Se calcula un costo de ¢28,000.00 por mes, el costo por perifoneo es de ¢7,000.00 por hora (ver anexo 2)
- Distribución de 500 volantes en la zona de influencia inicial una vez cada quince días durante los primeros 6 meses. El costo por volante es de ¢5.00, lo que suma un gasto de ¢5,000.00 (impresión de 4 volantes por hoja en blanco y negro, con un precio por fotocopia de ¢20.00).

4.10 Conclusiones del estudio de mercadeo.

- El perfil general del cliente se define como amas de casa, que habitan en la zona de influencia inicial (**cuadro 4**), con un núcleo familiar de tres o cuatro miembros, que pertenecen a la clase media alta, cuyo grado académico es secundaria completo o incompleto.
- Las proyecciones de demanda con respecto a los datos proporcionados por el estudio de mercadeo son aceptables, el consumo de frutas y verduras por parte de las familias de los encuestados es alto y la disposición a comprar en el nuevo local es satisfactoria.
- Se determina que hay aceptación de las personas encuestadas para comprar en una nueva verdulería y demanda considerable con respecto al servicio a domicilio. El siguiente cuadro muestra la estimación considerada de la demanda para el primer año:

Cuadro 49

Estimación de la demanda semanal para la nueva verdulería, según cantidad de viviendas por posibles escenarios

(En valores absolutos)

Octubre 2014

Localidad	Cantidad de Viviendas	Escenario pesimista 10%			Escenario normal 15%			Escenario normal 20%		
		Cantidad de compradores	Compras normales	Entrega a domicilio	Cantidad de compradores	Compras normales	Entrega a domicilio	Cantidad de compradores	Compras normales	Entrega a domicilio
			80%	20%		80%	20%		80%	20%
Urbanización los Olivos	504	50	40	10	76	60	15	101	81	20
Urbanización La Amistad	250	25	20	5	38	30	8	50	40	10
Coyol Central	156	16	12	3	23	19	5	31	25	6
Urbanización la Brúcelas	150	15	12	3	23	18	5	30	24	6
Residencial el Coyol	80	8	6	2	12	10	2	16	13	3
Urbanización Lomas	78	8	6	2	12	9	2	16	12	3
Calle el Salto	75	8	6	2	11	9	2	15	12	3
Calle la Margarita	27	3	2	1	4	3	1	5	4	1
Total Viviendas	1320	132	106	26	198	158	40	264	211	53

* Se proyectan tres posibles escenarios en los que se estima el 80% como compras normales y el 20% mediante entrega a domicilio.

* En el escenario pesimista se estima una demanda del 10% de las familias de la zona de influencia inicial.

* En el escenario normal se estima una demanda del 15% de las familias de la zona de influencia inicial.

* En el escenario optimista se estima una demanda del 20% de las familias de la zona de influencia inicial.

- En cuanto a la oferta, el principal competidor es la Feria del Agricultor de Plaza Ferias en Alajuela Centro seguida de los supermercados Pali Coyol, Maxi Pali y Mega Súper, siendo estos, según los datos proporcionados por los consultados, los principales lugares de compra de frutas y verduras; también fueron mencionadas con un porcentaje importante las ventas informales. La mayor parte de los consultados realiza sus compras en Alajuela Centro.
- El producto que ofrecerá la verdulería (venta tradicional y venta con entrega a domicilio), según los datos de la encuesta son de aceptación de los encuestados. La calidad, presencia y precio de los productos, son factores importantes a tomar en cuenta para la administración de la nueva verdulería.

- Según los datos suministrados en la encuesta, hay frutas y verduras que son de compra regular, por lo que deberían estar disponibles siempre en el local, en los cuadros 41 y 42 se mencionan estos productos.
- En cuanto al costo de la mercadería, se pudo determinar que este depende de la producción disponible en el mercado, por lo que los precios son variables según el ciclo de producción de los diferentes productos.

4.11 Recomendaciones del estudio de mercadeo.

- La publicidad debe estar orientada al perfil del cliente indicado en las conclusiones, se recomienda la utilización de perifoneo y volantes en la zona de influencia inicial para la primera etapa del proyecto, además es recomendable la utilización de redes sociales y la creación de un dominio en internet en las etapas posteriores del proyecto.
- Los datos obtenidos en el estudio de mercado revelan que los encuestados otorgan gran importancia a la calidad de los productos, al servicio y a los precios por lo que se recomienda que estos factores sean tomados en cuenta por la administración de la nueva verdulería.
- El servicio a domicilio mostro en la encuesta gran aceptación, por lo que se recomienda establecer los procedimientos necesarios para que los pedidos cumplan con la expectativa del cliente.
- Establecer un procedimiento para el cálculo del precio de venta, que asegure la competitividad y la rentabilidad de la verdulería.

Capítulo V: Estudio Técnico.

El objetivo de este capítulo es determinar los montos, inversiones y costos necesarios para el inicio de operaciones de la nueva verdulería, además proveer la información necesaria para la construcción de los flujos de caja para el Estudio Financiero. Contiene los siguientes puntos: tamaño del producto o servicio, localización macro y micro, descripción de la tecnología y diagrama de procesos, resumen de inversiones y costos de operación del proyecto, además de estructura de costos y conclusiones y recomendaciones

5.1 Tamaño del producto.

5.1.1 Producto.

Se define para este estudio, el tamaño de producto; como la cantidad de frutas y verduras que podrían comprar los clientes semanalmente; según los datos obtenidos en el estudio de mercado, se determinó para la muestra, las frutas y verduras de consumo habitual en las familias de los entrevistados, con base en estos datos se calculó una compra promedio semanal.

Cuadro 50.

Estimación del pedido promedio semanal según producto

(En valores absolutos)
Octubre 2014

Frutas y verduras de compra regular de los entrevistados	Unidad de medida	Compra Media	Escenario pesimista 10%		Escenario realista 15%		Escenario optimista 20%	
			Cantidad de compradores	Demanda semanal	Cantidad de compradores	Demanda semanal	Cantidad de compradores	Demanda semanal
Banano	Unidad	10,30	132	412	198	814	264	1226
Papaya	Unidad	0,95	132	38	198	75	264	113
Piña	Unidad	0,92	132	37	198	72	264	109
Manzana	Unidad	6,37	132	255	198	503	264	758
Sandía	Unidad	0,56	132	22	198	44	264	66
Fresas	Caja	0,42	132	55	198	83	264	110
Cebolla	Kilo	1,06	132	140	198	210	264	279
Papa	Kilo	1,28	132	169	198	254	264	339
Tomate	Kilo	1,03	132	136	198	205	264	273
Chile Rojo	Unidad	3,37	132	444	198	667	264	889
Culantro	Rollo	1,67	132	220	198	330	264	440
Plátano maduro	Unidad	2,83	132	374	198	561	264	748
Ajo	Unidad	1,88	132	249	198	373	264	497
Plátano verde	Unidad	1,87	132	246	198	370	264	493
Chayote	Unidad	3,02	132	398	198	597	264	796
Zanahoria	Kilo	0,68	132	90	198	135	264	180
Yuca	Kilo	0,68	132	90	198	135	264	180
Lechuga Mor	Unidad	0,58	132	77	198	116	264	154
Lechuga Hidro	Unidad	0,87	132	114	198	172	264	229
Apio	Unidad	0,60	132	79	198	119	264	158
Repollo	Unidad	0,53	132	70	198	106	264	141
Pepino	Kilo	0,38	132	50	198	74	264	99
Ayote	Kilo	0,27	132	35	198	53	264	70
Vainica	Kilo	0,25	132	32	198	49	264	65
Camote	Kilo	0,26	132	34	198	51	264	68

Para determinar la posible demanda semanal por producto, se tomaron en cuenta los datos del cuadro seis y siete los cuales resumen el consumo promedio familiar de frutas y verduras, además el cuadro 41 que estima la posible demanda semanal de la nueva verdulería; se tomaron en cuenta únicamente los productos que según el estudio de mercado son de consumo regular; el siguiente cuadro resume los resultados:

Cuadro 51.

Estimación de la demanda semanal según producto, por posibles escenarios

(En valores absolutos)
Octubre 2014

Frutas y verduras de compra regular de los entrevistados	Unidad de medida	Compra Media	Escenario pesimista 10%		Escenario realista 15%		Escenario optimista 20%	
			Cantidad de compradores	Demanda semanal	Cantidad de compradores	Demanda semanal	Cantidad de compradores	Demanda semanal
Banano	Unidad	10,30	132	412	198	814	264	1226
Papaya	Unidad	0,95	132	38	198	75	264	113
Piña	Unidad	0,92	132	37	198	72	264	109
Manzana	Unidad	6,37	132	255	198	503	264	758
Sandía	Unidad	0,56	132	22	198	44	264	66
Fresas	Caja	0,42	132	55	198	83	264	110
Cebolla	Kilo	1,06	132	140	198	210	264	279
Papa	Kilo	1,28	132	169	198	254	264	339
Tomate	Kilo	1,03	132	136	198	205	264	273
Chile Rojo	Unidad	3,37	132	444	198	667	264	889
Culantro	Rollo	1,67	132	220	198	330	264	440
Platano maduro	Unidad	2,83	132	374	198	561	264	748
Ajo	Unidad	1,88	132	249	198	373	264	497
Platano verde	Unidad	1,87	132	246	198	370	264	493
Chayote	Unidad	3,02	132	398	198	597	264	796
Zanahoria	Kilo	0,68	132	90	198	135	264	180
Yuca	Kilo	0,68	132	90	198	135	264	180
Lechuga Nor	Unidad	0,58	132	77	198	116	264	154
Lechuga Hidro	Unidad	0,87	132	114	198	172	264	229
Apio	Unidad	0,60	132	79	198	119	264	158
Repollo	Unidad	0,53	132	70	198	106	264	141
Pepino	Kilo	0,38	132	50	198	74	264	99
Ayote	Kilo	0,27	132	35	198	53	264	70
Vainica	Kilo	0,25	132	32	198	49	264	65
Camote	Kilo	0,26	132	34	198	51	264	68

El cuadro anterior muestra el posible inventario semanal que puede necesitar la nueva verdulería según los escenarios de demanda planteados.

5.1.2 Servicio.

Como se planteó al inicio de la investigación, la nueva empresa pretende ofrecer a sus posibles clientes la posibilidad de acceder al servicio de entrega a domicilio. Según los datos conseguidos en el estudio de mercado, el 51.67% de las personas consultadas mostraron interés en el servicio, por lo que se considera viable su implementación.

A partir de los datos suministrados por el estudio de mercado, se confeccionó el siguiente cuadro con los posibles precios y posible demanda del servicio según localidad que se atienda.

Cuadro 52

Estimación de la demanda semanal del servicio de entrega a domicilio según localidad, por posibles escenarios

(En valores absolutos)
Octubre 2014

Localidad	Precio por servicio a domicilio	Escenario pesimista 10%		Escenario realista 15%		Escenario optimista 20%	
		Posibles pedidos	Ingreso por servicio en colones	Posibles pedidos	Ingreso por servicio en colones	Posibles pedidos	Ingreso por servicio en colones
Urbanización los Olivos	1000	10	10000	15	15000	20	20160
Urbanización La Amistad	1000	5	5000	8	8000	10	10000
Coyol Central	1500	3	4500	5	7500	6	9360
Urbanización la Brúcelas	1500	3	4500	5	7500	6	9000
Calle el Salto	1500	2	3000	2	3000	3	4800
Residencial el Coyol	500	2	1000	2	1000	3	1560
Urbanización Lomas	500	2	1000	2	1000	3	1500
Calle la Margarita	1000	1	1000	1	1000	1	1080
Total Servicio/Ingreso		26	30000	40	44000	23	57460

* Se proyectan tres posibles escenarios en los que se estima que el 20% de la demanda se atenderá mediante entrega a domicilio.

* En el escenario pesimista, realista y optimista se estima una demanda del 10%, 15% y 20% respectivamente, esto sobre la zona de influencia inicial.

5.2 Localización.

5.2.1 Macro.

El Coyol de Alajuela, es una zona con un creciente auge industrial, se puede decir que convergen en esta localidad áreas industriales, urbanas e inclusive fincas ganaderas y de cultivo, en la última década se ha presentado un apogeo industrial sobre todo bajo la modalidad de zonas francas; también muchas empresas han optado por establecer centros de operaciones en la localidad. Es importante destacar que la zona urbana, que es la de interés para este proyecto, es sumamente amplia. Las siguientes son las comunidades que conforman el Coyol de Alajuela se marcaron en negrita las consideradas como zona de influencia para el proyecto:

- Villa Rica.
- **Calle el Salto.**
- **Calle la Margarita.**
- **Urbanización Brúcelas.**
- **Urbanización la Amistad.**
- **Residencial el Coyol.**
- **Urbanización Lomas.**
- **Urbanización los Olivos.**
- **Coyol Central.**
- Urbanización Sierra Morena.
- Residencial Vila Del Lago.
- Calle Santa Cecilia.
- Calle los Delgado.
- Calle Villalobos.
- Urbanización Bertilia.
- Urbanización Monte Rocosó.
- Llanos del Coyol.

Dentro de las principales empresas que están instaladas en la comunidad del Coyol de Alajuela, se destacan las siguientes:

- Abbott Vascular LTDA.
- Beam One de Costa Rica S.R.L.
- Continental Automotive Systems Costa Rica S.A.
- Covidien Manufacturing Solutions S.A.
- Establishment Labs S.A.
- Merrill's Packaging S.R.L..
- Nitinol Devices & Components Costa Rica S.R.L.
- SMC Costa Rica División S.R.L.
- ST. Jude Medical Costa Rica S.R.L.
- Veridiam Medical S.A.
- Vlacarica S.R.L
- Dos Pinos S.A
- Tropi Gas S.A
- Riteve S.A
- Tical S.A
- Gollo S.A

Es importante destacar que existen dos zonas Francas ubicadas en la comunidad del Coyol de Alajuela, Zona Franca el Coyol y Zona Franca Bes.

La comunidad cuenta con acceso a todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono y recolección de basura). Las carreteras presentan un grado de mantenimiento aceptable e inclusive, debido a la instalación de las Zonas Francas, hay un proyecto de ampliación de la carretera principal a cuatro carriles. La siguiente figura muestra la distribución geográfica de la comunidad del Coyol de Alajuela se destaca la zona industrial y la urbanística.

Figura 18 Vista de la localidad del Coyol de Alajuela



Fuente: Google Maps.

- Los bordes naranja representan la zona urbanística, mientras que los bordes azules la zona industrial.

5.2.2 Micro.

La localización exacta del proyecto es en Urbanización Lomas del Coyol, casa 40 a, propiedad del ejecutante de la investigación, cuenta con acceso a todos los servicios agua, electricidad, teléfono recolección de basura y acceso a internet, el local se ubicará enfrente de la casa de habitación y cuenta con alrededor de 45 m² los cuales serán acondicionados según las necesidades requeridas para la verdulería.

5.3 Descripción de la tecnología.

Para el presente estudio se determinó la tecnología básica para poner en marcha el negocio, se describen a continuación el equipo y sus respectivas funciones:

5.3.1 Caja Registradora.

Debido al costo elevado de implementación de un punto de venta, se optó por la opción de utilizar una caja registradora, se elijo el modelo PCRT 280 de la marca CASIO, que cumple con los requerimientos básicos y se considera funcional para la verdulería. El costo de la herramienta asciende a ¢147,000.00, en el anexo tres se pueden verificar las características y la cotización.

Figura 25 Caja registradora CASIO PCRT 280



Fuente: www.sauter-infomax.co.cr

5.3.2 Balanza.

La verdulería debe contar con al menos dos balanzas electrónicas, tanto para la atención normal de los clientes como para el proceso de alistado de pedidos, según los cálculos realizados, los pedidos o compras de los clientes no requiere una romana con gran capacidad de pesaje, por lo que se seleccionó la báscula SmartWeight ACS-21, que cumple con los requerimientos necesarios el costo es de ¢45,000.00 por unidad; ver anexo cuatro

Figura 26 Balanza SmartWeight ACS-21



Fuente: www.sumeek.com

5.3.2 Teléfono.

La atención de solicitud de pedidos, se espera sea en mayor medida vía telefónica, por lo que es necesario un teléfono que cumpla con características y funciones que permitan la buena atención de los clientes. El modelo T2429 de Vtehc cuenta con las funciones básicas necesarias para la verdulería, es inalámbrico, posee la opción de llamada en espera, identificador de llamadas, altavoz y almacenamiento de hasta 50 contactos; el precio es de ¢20,000.00; ver anexo cinco. No se deberá realizar inversión en línea telefónica fija, se utilizara la ya existente en la propiedad del interesado.

Figura 27 Teléfono Semi Fijo Vtch T2429



Fuente: www.sumeek.com

5.3.3 Computadora portátil.

Para el manejo de cuentas, clientes, proveedores, planillas y demás registros electrónicos, es necesaria la utilización de equipo de cómputo. Actualmente los futuros propietarios poseen dos computadoras portátiles (Toshiba Satellite modelo L655D-SP5160M y DELL Vostro 5470); ambas con año de fabricación 2012, se estima un valor de mercado de $\phi 150,000.00$ para cada una; se pronostica una vida útil de dos años.

Figura 28 Computadora portátil DELL Vostro 5470



Fuente: www.notebookchek.net

Imagen con carácter ilustrativo

Figura 29 Computadora portátil Toshiba Satélite L655D-SP5160M



Fuente: www.sumeek.com

Imagen con carácter ilustrativo

5.3.4 Vehículo.

En cuanto al tema del transporte por compra de inventario, este será subcontratado, un familiar de los interesados, presta el servicio de carga. La opción de subcontratar este servicio reduce la inversión inicial en cuanto a la compra de un vehículo con las características necesarias para el transporte de este tipo de productos. El precio por viaje fue cotizado en ¢15,000.00 y se estima un aumento en costo del 10% semestral.

Para la entrega de pedidos se utilizara una motocicleta propiedad del interesado. Este vehículo es marca Jialing motor, 150 cc, tanque de 8.50 litros con un rendimiento de 350 km por tanque, año de fabricación 2009, se estima una vida útil de 5 años más y un valor de mercado según Registro de la propiedad de ¢450,000.00.

Figura 30 Motocicleta Jialing 150 cc.



5.3.5 Cortina arrollable galvanizada y motor para cortina.

Para la fachada del local se cotizo una cortina de lámina galvanizada con un motor de 400 kg; el costo total asciende a ¢665,000.00 incluida la instalación, la oferta fue realizada por la empresa Portones Tiquicia S.A. las medidas son de 6.50 m de ancho y 2.50 m de alto. En el anexo seis está disponible la cotización correspondiente.

Figura 31 Cortina arrollable galvanizada.



Fuente: Portones Tiquicia S.A

Imagen con carácter ilustrativo

Figura 32 Motor para cortina arrollable galvanizada



Fuente: Portones Tiquicia S.A

Imagen con carácter ilustrativo

5.4 Resumen de inversiones y costos de operación del proyecto.

5.4.1 Inversión en local.

Para determinar la inversión necesaria para acondicionar el local se recurrió a un maestro de obras, con el cual en conjunto con investigador se preparó el presupuesto general necesario para el acondicionamiento del lugar, este se puede verificar en el apéndice 5, las facturas proforma se incluyeron en el anexo 7. A continuación se resumen las inversiones totales en material y mano de obra necesarias para realizar las obras.

Cuadro 53 Resumen de costos de materiales y mano de obra para el local de la nueva verdulería

Octubre 2014

Balance de obras físicas	
Ítem	Costo Total
Movimiento de tierra	32.000,00
Obra gris	1.432.795,33
Acabados	1.531.306,17
Total Obra física	2.996.101,50

Es importante aclarar que el presupuesto de materiales y mano de obra contempla:

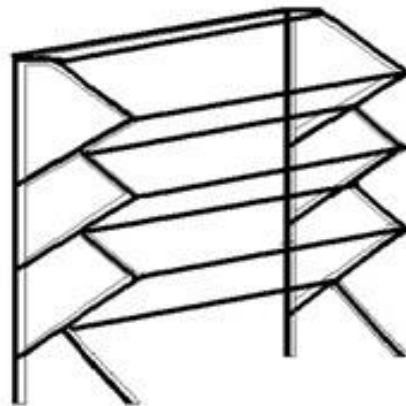
- Movimiento de tierra.
- Obra gris.
- Acabados.

Los acabados incluyen la fabricación de un mueble en material Durock y acabado cerámico, el cual será utilizado para el área de caja.

5.4.2 Inversión en mobiliario y equipo.

La estantería será fabricada por un familiar de los interesados, según ciertas especificaciones; se presentan a continuación, el diseño preliminar y el presupuesto para la fabricación; en total se confeccionarán cuatro estantes de 2 metros de ancho por 1.5 metros de alto. El precio de los cajones para los estantes fue revisado en la página de Plastimex S.A (ver anexo ocho).

Figura 33 Diseño preliminar de la estantería.



Fuente: www.mercadolibre.com

Imagen con carácter ilustrativo

Figura 34 Cajón para verdulería



Fuente: www.plastimexsa.com

Cuadro 54

Resumen de costos de materiales y mano de obra para estantería Octubre 2014

Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Tubo cuadro 1 x 1 pg	80	Metros	725,00	58.000,00
Platina 1/8 x1	24	Metros	883,33	21.199,92
Galon de pintura minio Protecto	1	Galon	14.935,00	14.935,00
Pintura anti oxidante Protecto Negra	1	Galon	14.935,00	14.935,00
Hilco Soldadura Punto rojo 6013 3/32	2	Paquete	3.915,93	7.831,86
Cajon plastico para estanteria	58	Cajon	3.503,00	203.174,00
Costo Total de Materiales				320.075,78
Mano de Obra	Cantidad de Horas	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Soldador	24	Horas	3.000,00	72.000,00
Costo total de materiales				320.075,78
Costo total de mano de obra				72.000,00
Costo total de Estanteria				392.075,78

5.4.3 Resumen de inversión en mobiliario y equipo.

El siguiente cuadro muestra un resumen de los costos del mobiliario y equipo mencionados en el apartado de descripción de tecnología. En la sección de anexos se encuentran las cotizaciones de los diferentes rubros.

Cuadro 55

Resumen de costos de mobiliario y equipo para la nueva verdulería

Octubre 2014

En Colones

Depreciación				
Ítem	Costo Unitario (¢)	Costo Total	Valor de liquidación(¢)	Ingreso total
		(¢)		(¢)
Caja registradora	147.000,00	147.000,00	7.350,00	7.350,00
Báscula	45.000,00	90.000,00	4.500,00	4.500,00
Teléfono	20.000,00	20.000,00	1.000,00	1.000,00
Computadora Satelite	150.000,00	-	7.500,00	7.500,00
Computadora Vostro	150.000,00	-	7.500,00	7.500,00
Motocicleta	500.000,00	-	25.000,00	25.000,00
Cortina Galvanizada /Motor cortina	665.000,00	665.000,00	33.250,00	33.250,00
Estante para verdura/frutas	98.018,95	392.075,78	19.603,79	19.603,79
Total balance de equipos		1.314.075,78	105.703,79	105.703,79

5.4.4 Reposición de activos.

En cuanto a la posible reposición de activos, se estima que el teléfono y las computadoras, deberán ser sustituidas en el año tres con un posible costo de sustitución de alrededor de ¢525,000.00 en cuanto a la caja registradora, las romanas y la estantería se estima prevé la reposición para el año seis del proyecto con un costo total de ¢760,000.00. El siguiente cuadro resume el balance de reposición de activos.

Cuadro 56

Resumen de reposición de activos

Octubre 2014

En Colones

Balance de reposición de activos					
Ítem	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja registradora					200.000
Báscula					110.000
Teléfono			25.000		
Computadora Satelite			250.000		
Computadora Vostro			250.000		
Motocicleta					
Cortina Galvanizada /Motor cortina					
Estante para verdura/frutas					450.000
Total reposición por año			525.000		760.000

5.4.5 Costos de operación del proyecto.

Se determinan los siguientes suministros como los necesarios para la operación normal del local:

Cuadro 57.

Resumen de costo mensual de suministros para la verdulería

Octubre 2014

En Colones

Balance de insumos mensual		
Insumo	Costo Unitario	Costo Total
Toallas p/ manos	1.500,00	7.500,00
Jabón para manos p/ 50 ml	900,00	3.600,00
Alcohol en gel p/ manos presenta 100ml	2.500,00	2.500,00
Desinfectante p/ galón	4.000,00	4.000,00
Cloro p/galón	3.500,00	3.500,00
Papel higiénico Nevax P/ 4 rollos	1.500,00	1.500,00
Rollo caja registradora Casio	2.000,00	8.000,00
Combustible	777,00	38.850,00
Rollo de Bosas despedibles 14 x 20	4.000,00	16.000,00
Rollo de Bosas despedibles 10 x 16	3.500,00	21.000,00
Total		106.450,00

En cuanto a servicios, se determinan los siguientes como los básicos para la operación del negocio, agua, electricidad, teléfono, internet, recolección de basura, patente municipal, costo de transporte, costo del contador, costo mantenimiento vehículos, pólizas.

Cuadro 58

Resumen de costo mensual de servicios para la verdulería

Octubre 2014

En Colones

Balance de Servicios		
Insumo	Costo	Costo Total
Agua	25.000,00	25.000,00
Electricidad	30.000,00	30.000,00
Teléfono	20.000,00	20.000,00
Recolección de basura	2.486,00	2.486,00
Internet	19.000,00	19.000,00
Patentes	15.000,00	15.000,00
Costo transporte	15.000,00	120.000,00
Costo contador	11.298,51	56.492,55
Mantenimiento vehículo	15.000,00	15.000,00
Póliza vehículo, marchamo y RTV	9.666,66	9.666,66
Póliza de riesgos del trabajo	12.500,00	12.500,00
Póliza local	29.821,00	29.821,00
Total		354.966,21

Es importante resaltar en este apartado que no se presupuestó costo alguno por la solicitud o instalación de los siguientes servicios: agua, electricidad, teléfono e Internet, esto debido a que el local va a compartir estos servicios con la casa de habitación que ya los posee.

En lo correspondiente a la cantidad de personal necesario, se definen tres puestos, un administrador y dos dependientes, con respecto a los salarios, el administrador recibirá en pago la suma de ¢150,000.00 mensuales, el puesto será ocupado por el ejecutante de esta investigación, el salario se dispone con este monto, para reducir los costos de operación de la empresa; por otra parte se deberá contratar dos dependientes con un salario de ¢278,207.67 cada uno, acorde con los salarios mínimos recomendados por el Ministerio de Trabajo, ver anexo nueve.

Cuadro 59

Resumen de costo mensual de salarios

Octubre 2014
En Colones

Balance de salarios			
Ítem	Cantidad de puestos	Sueldo mensual	Costo Total
Administrador	1	150.000,00	150.000,00
Dependientes	2	278.207,67	556.415,34
Total sueldos			706.415,34
Más aguinaldo			58.867,95
Más vacaciones			41.207,56
Total balance salarios mensual			806.490,85

El aguinaldo se calculó como un doceavo del salario por mes y las vacaciones como el salario diario por 14 días.

Cuadro 60

Resumen de costo mensual de cargas sociales

Octubre 2014
En Colones

Balance de Cargas Sociales				
Ítem	Cantidad de puestos	Sueldo mensual	Carga	Costo Total
Administrador	1	150.000,00	32%	48.000,00
Dependientes	2	278.207,67	32%	178.052,91
Total Cargas sociales				226.052,91

5.4.6 Estructura de costos fijos y variables.

Según el marco teórico se definió el costo variable como el relacionado directamente a alguna actividad el cual se eleva o disminuye en relación al aumento de la producción; el costo fijo permanece constante durante un periodo de tiempo sin importar el crecimiento en volumen de ventas. Según estos conceptos, se definen para la verdulería la siguiente estructura de costos fijos y variables:

Cuadro 61

Estructura mensual de costos fijos

Octubre 2014
En Colones

Balance de costos fijos		
Insumo	Costo Unitario	Costo Total
Toallas p/ manos	1.500,00	7.500,00
Jabón para manos p/ 50 ml	900,00	3.600,00
Alcohol en gel p/ manos presenta 100ml	2.500,00	2.500,00
Desinfectante p/ galón	4.000,00	4.000,00
Cloro p/galón	3.500,00	3.500,00
Papel higiénico Nevax P/ 4 rollos	1.500,00	1.500,00
Agua	25.000,00	25.000,00
Electricidad	30.000,00	30.000,00
Teléfono	20.000,00	20.000,00
Recolección de basura	2.486,00	2.486,00
Internet	19.000,00	19.000,00
Patentes	15.000,00	15.000,00
Poliza vehiculo, marchamo y RTV	9.666,66	9.666,66
Póliza de riesgos del trabajo	12.500,00	12.500,00
Poliza local	29.821,00	29.821,00
Total		186.073,66

Cuadro 62

Estructura mensual de costos variables

Octubre 2014
En Colones

Balance de costos variables		
Insumo	Costo Unitario	Costo Total
Rollo caja registradora Casio	2.000,00	8.000,00
Rollo de Bosas despedibles 14 x 20	4.000,00	16.000,00
Rollo de Bosas despedibles 10 x 16	3.500,00	21.000,00
Costo transporte	15.000,00	120.000,00
Combustible	777,00	38.850,00
Mantenimiento vehiculo	15.000,00	15.000,00
Costo contador	11.298,51	56.492,55
Salarios	428.207,67	428.207,67
Cargas sociales	226.052,91	226.052,91
Total		929.603,13

5.4.7 Estructura de costos directos e indirectos.

Cuadro 63

Estructura mensual de costos directos

Octubre 2014
En Colones

Balance de costos directos		
Insumo	Costo Unitario	Costo Total
Agua	25.000,00	25.000,00
Electricidad	30.000,00	30.000,00
Teléfono	20.000,00	20.000,00
Recolección de basura	2.486,00	2.486,00
Internet	19.000,00	19.000,00
Combustible	777,00	38.850,00
Rollo caja registradora Casio	2.000,00	8.000,00
Rollo de Bosas despedibles 14 x 20	4.000,00	16.000,00
Rollo de Bosas despedibles 10 x 16	3.500,00	21.000,00
Cargas sociales dependientes	89.026,46	178.052,91
Dependientes	278.207,67	278.207,67
Total		636.596,58

Cuadro 64

Estructura mensual de costos indirectos

Octubre 2014
En Colones

Balance de costos indirectos		
Insumo	Costo Unitario	Costo Total
Patentes	15.000,00	15.000,00
Costo transporte	15.000,00	120.000,00
Costo contador	11.298,51	56.492,55
Mantenimiento vehiculo	15.000,00	15.000,00
Poliza vehiculo, marchamo y RTV	9.666,66	9.666,66
Póliza de riesgos del trabajo	12.500,00	12.500,00
Poliza local	29.821,00	29.821,00
Toallas p/ manos	1.500,00	7.500,00
Jabón para manos p/ 50 ml	900,00	3.600,00
Alcohol en gel p/ manos presenta 100ml	2.500,00	2.500,00
Desinfectante p/ galón	4.000,00	4.000,00
Cloro p/galón	3.500,00	3.500,00
Papel higiénico Nevax P/ 4 rollos	1.500,00	1.500,00
Salario administrador	150.000,00	150.000,00
Cargas sociales administrador	48.000,00	48.000,00
Total		479.080,21

5.5 Conclusiones del estudio técnico.

- Se determinaron tres posibles escenarios de la demanda de la nueva verdulería, en los cuales se pretende abarcar un 10%, 15% o 20% de la zona de influencia inicial (pesimista, realista u optimista respectivamente). El total de viviendas de la zona de influencia inicial es de 1320 lo que estaría generando un total de pedidos semanales de 132, 198 y 264 según cada escenario. De igual forma se construyeron los escenarios para la demanda del servicio a domicilio con una ocurrencia de 26, 40 y 53 pedidos en cada uno de estos. También se determinó el costo por la entrega a domicilio según la localidad atendida.
- La localización tanto macro como micro genera ventajas para la nueva verdulería; el auge económico y social que se genera por la presencia de Zonas Francas y el aumento del área urbanística en la localidad, pronostica un posible incremento en la demanda de la nueva empresa.
- La zona de influencia de la empresa, puede ser expandida, en la primera etapa del proyecto, se alcanza a cubrir menos del 50% de la población total

del Coyol de Alajuela (Zona Urbana), esto genera expectativas positivas en cuanto a crecimiento.

- El costo total del local es de ¢2,996,101.50; el mobiliario y equipo necesario tiene un costo de ¢1,314,075.78; se determinó reposición de activos para el año tres, de alrededor de ¢525,000.00 y para el año seis de unos ¢760,000.00; los suministros necesarios para el funcionamiento de la empresa se calcularon con un costo mensual de ¢106,450.00, los servicios mensuales suman ¢354,966.21; salarios por ¢806,490.85, este gasto incluye vacaciones y aguinaldo; se calcularon cargas sociales de ¢226,052.91.
- El costo de la mercadería vendida se proyecta con un valor de 80% del precio de venta.

5.6 Recomendaciones del estudio técnico.

- Según los datos proporcionados por el estudio de mercado y lo visto en el estudio técnico, hay una alta probabilidad de aumento de la demanda del servicio a domicilio, por lo que se recomienda a los interesados, planificar en el mediano plazo, inversiones para el aumento de la flotilla vehicular.
- Se detectó en la Zona industrial del Coyol de Alajuela, un posible mercado latente para la venta de productos como frutas picadas, jugos naturales o inclusive venta de frutas y verduras para los comedores de las empresas, por lo que se recomienda realizar un estudio para verificar la factibilidad y costos de inversión para explotar ese nicho de mercado.
- Se recomienda planificar las inversiones necesarias para la expansión de la zona de influencia del negocio a la totalidad de la comunidad del Coyol de Alajuela en el mediano plazo.

Capítulo VI:

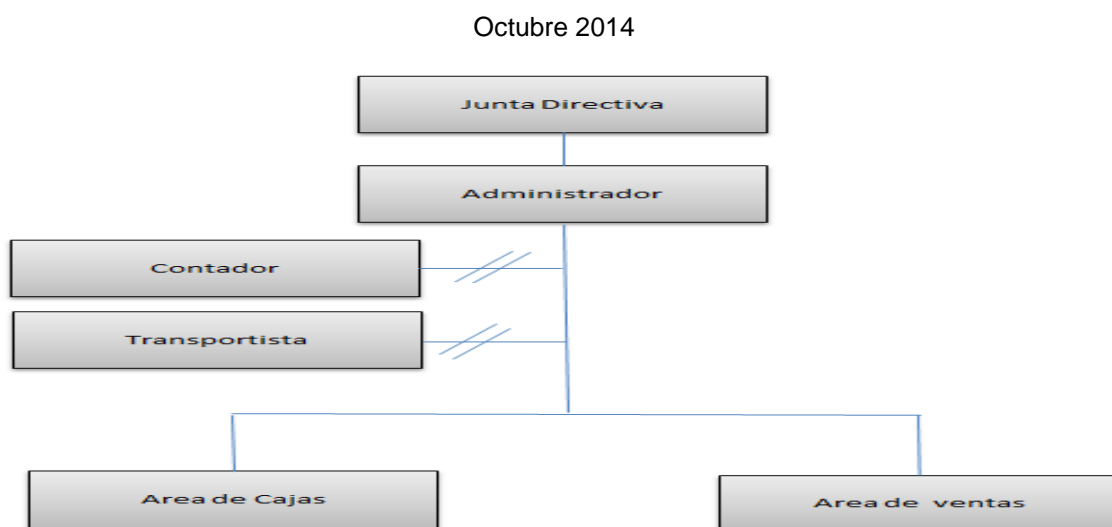
Estudio Organizacional, Ambiental y Legal.

En este capítulo se desarrollaran aspectos administrativos como procedimientos, organigrama, manual de puestos, requerimientos legales y ambientales, además de la determinación de costos de los apartados organizacional y legal.

6.1 Organigrama.

En toda organización es de gran relevancia idear una estructura organizacional, mediante la cual se pueda determinar las relaciones de mando, departamentos, relaciones departamentales entre otras, por lo indicado anteriormente es importante la confección de un Organigrama que muestre estas relaciones. A continuación se muestra la posible estructura funcional para la nueva verdulería:

Figura 35 Organigrama



Como se comentó al inicio, la empresa será financiada por medio de acciones, es por esto que se elabora el organigrama con la presencia de una Junta Directiva, la cual tendrá da función de tomar las decisiones sobre inversiones, políticas y normativa de la empresa.

La empresa será dirigida por un administrador, la contabilidad y el servicio de transporte de inventarios de venta serán subcontratados, se crearán al inicio dos departamentos, uno de cajas, el cual será el encargado de registrar los ingresos; el área de ventas se encargara de las necesidades de inventario y ventas. Se espera que en el mediano plazo la estructura organizacional cambie por un modelo con más departamentos y funciones.

6.2 Procedimientos administrativos.

Para efectos de la investigación, se desarrollaran únicamente los procesos de compra de inventarios, proceso de asignación de precios, proceso de atención de venta y proceso de recepción de pedidos. A continuación se describe los flujos de proceso de cada uno:

Figura 36 Procedimiento para asignación de precios

Octubre 2014

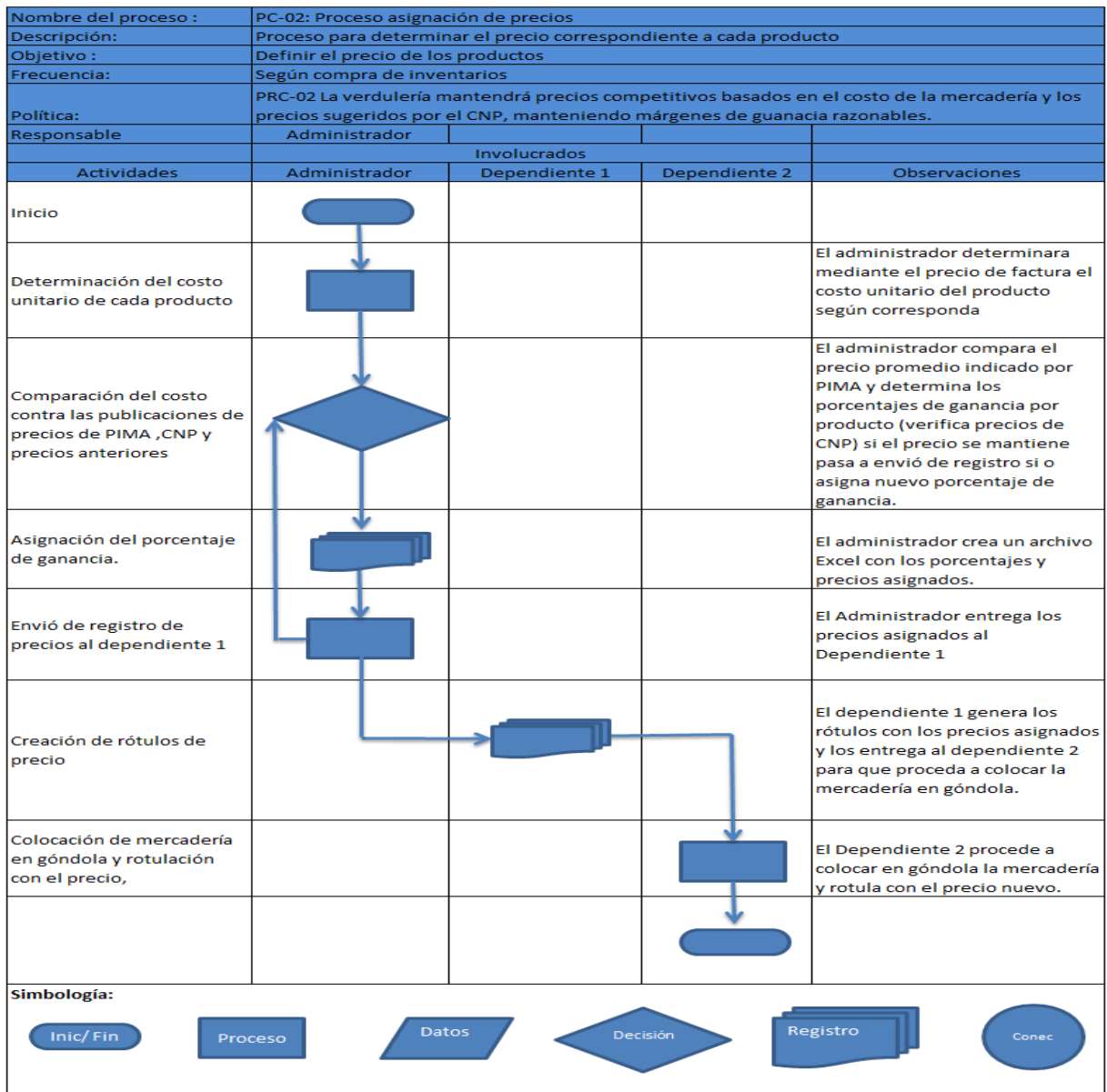


Figura 37 Procedimiento para compra de mercadería

Octubre 2014

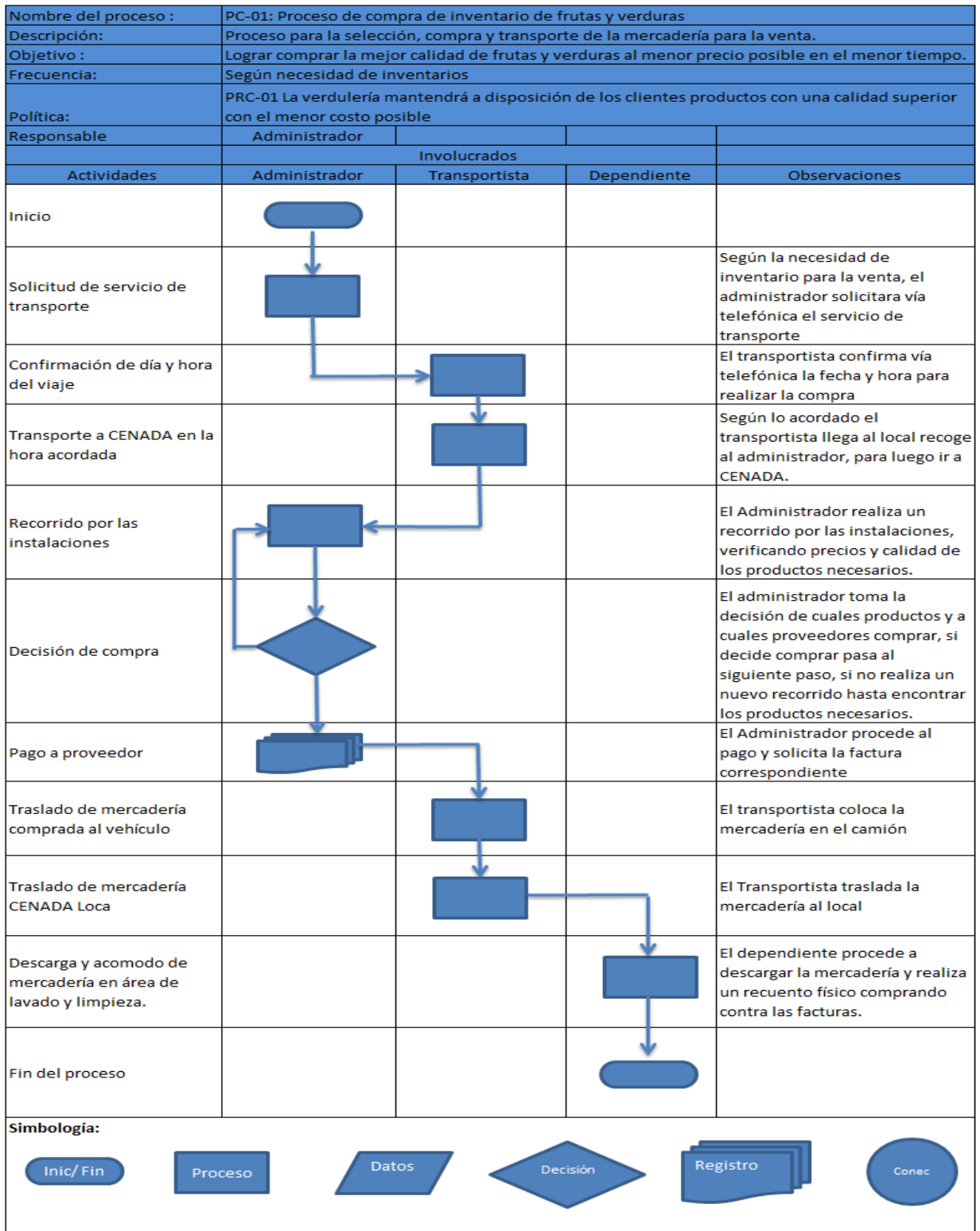


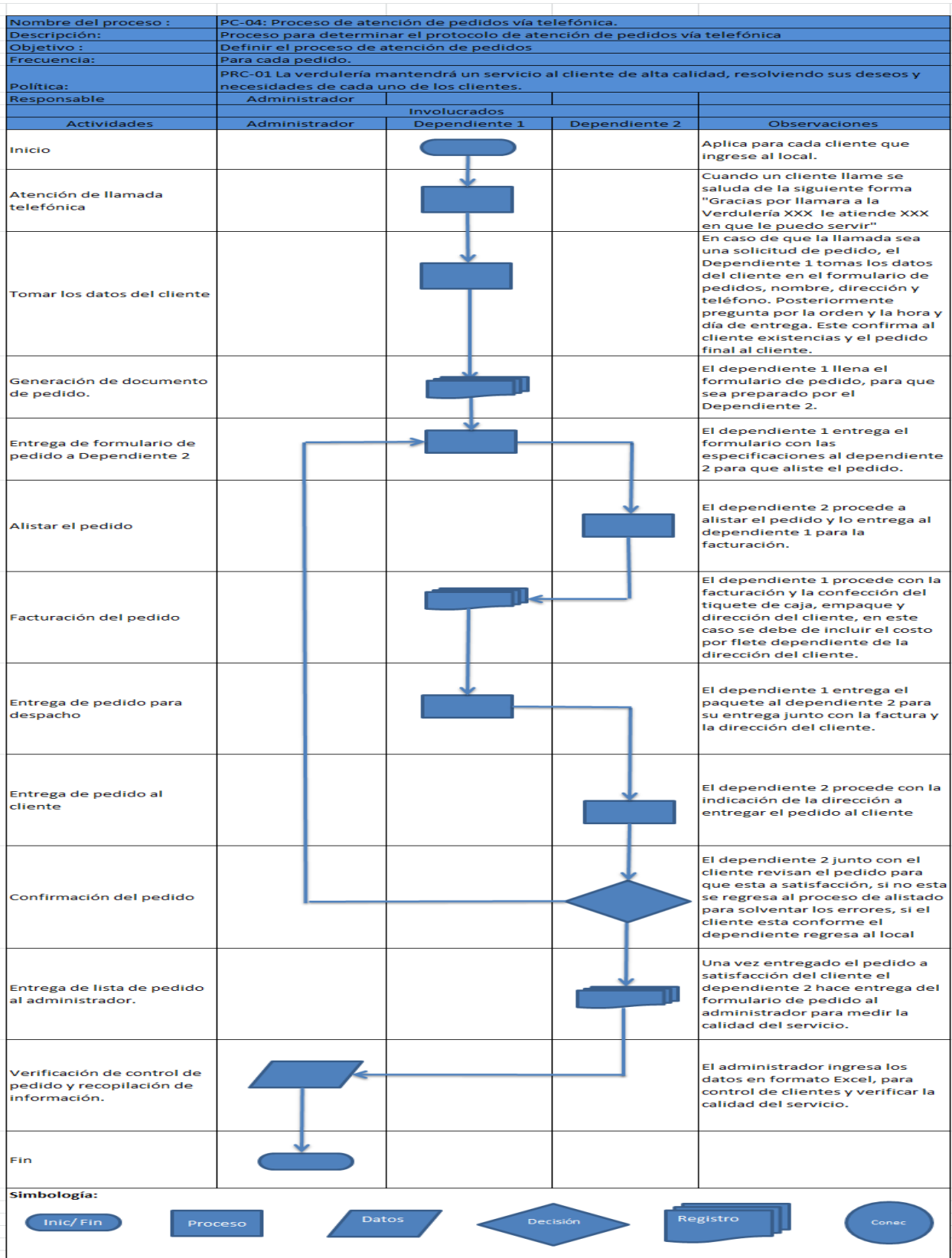
Figura 38 Procedimiento para atención de clientes en el local

Octubre 2014

Nombre del proceso :	PC-03: Proceso de atención al cliente en el local			
Descripción:	Proceso para determinar el protocolo de atención al cliente en el local			
Objetivo :	Definir el proceso de atención al cliente en el local comercial			
Frecuencia:	Para cada compra en el local.			
Política:	PRC-03 La verdulería mantendrá un servicio al cliente de alta calidad, resolviendo sus deseos y necesidades de cada uno de los clientes.			
Responsable	Administrador			
	Involucrados			
Actividades	Administrador	Dependiente 1	Dependiente 2	Observaciones
Inicio				Aplica para cada cliente que ingrese al local.
Saludo de bienvenida al cliente				Cuando un cliente ingrese al local el Dependiente 1 le saluda de la siguiente forma "bienvenido a la Verdulería XXX estamos para servirle"
Asesoría sobre productos existentes, precios y promociones				En el área de ventas, el Dependiente 2 ayudara al cliente con sus compras, indicando precios, escogiendo el producto e incentivando la compra. En caso de que halla 2 o mas clientes al mismo tiempo los demás trabajadores colaboraran en esta función.
Traslado de las compras del cliente al área de cajas				Una vez que el cliente termina de escoger las compras se le ayuda con los productos al área de caja.
Cobro				El cobro por productos será realizado por el Dependiente 1, se deberá entregar al cliente el tickete de caja y preguntar si encontró todo lo que necesitaba, en caso de que halla algún producto faltante se toma nota, para control de inventario. Se le agradece al cliente por la compra
Despedida del cliente del local.				El Dependiente 2 procede a despedir al cliente indicando " gracias por su visita, le esperamos pronto"
Simbología:				

Figura 39 Procedimiento para atención de pedidos

Octubre 2014



Los procedimientos expuestos anteriormente son preliminares, muy posiblemente a medida que se desarrolle la actividad, crecerán las actividades desarrolladas y los involucrados.

6.3 Manual de puestos administrativos.

La descripción general de puesto para la verdulería se presenta a continuación, los puestos se nombraron acorde con el funcionamiento de la empresa:

1. Administrador.
2. Dependiente en cajas.
3. Dependiente en ventas.
4. Transportista. (tarea subcontratada)
5. Contador. (tarea subcontratada)

Los puestos de transportista y contador no serán descritos en la propuesta del manual de puestos administrativos debido a que las tareas serán subcontratadas. El administrador deberá velar por la contratación y evaluación de estas tareas. Se recomienda identificar que los servicios subcontratados presenten las siguientes características:

Transporte: Contar con los permisos necesarios para el transporte de carga de frutas y verduras; contar con vehículo que cumpla los requerimientos necesarios para el transporte de este tipo de productos; poseer los seguros necesarios para brindar el transporte; establecer un contrato de servicios con las disposiciones requeridas por la empresa.

Contador: estar inscrito en el Colegio de Contadores Públicos, establecer un contrato por los servicios y necesidades de la empresa.

En los siguientes cuadros se muestra la propuesta inicial de manual de puestos para los cargos contemplados en la nueva verdulería. Es necesario aclarar que los cargos, funciones de puesto y requerimientos tanto de educación como de habilidades físicas y motoras deberán ser evaluados y modificados según el desarrollo de la puesta en marcha de la empresa.

6.3.1 Administrador.

Cuadro 65

Descripción de puesto de Administrador.

Octubre 2014

Administrador
Descripción de funciones
<p>Diseñar los planes de trabajo, políticas, normas y procedimientos para el funcionamiento de la verdulería.</p> <p>Determinar los precios de los productos, con respecto a la competencia y a las necesidades de los clientes.</p> <p>Coordinar las actividades necesarias para el abastecimiento del local.</p> <p>Coordinar pagos de proveedores, planillas, proveeduría y gastos generales.</p> <p>Verificar el crecimiento en ventas, necesidad de personal, inventarios y espacio físico de la empresa</p>
Demandas del puesto
<p>Física:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Destreza manual: motricidad fina y manipulación de carga. <p>Mental:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de información: generar, recibir y producir información oral y escrita. - Emitir respuestas rápidas: Atención, concentración, solución de problemas. - Interpretar signos y símbolos. - Habilidad de negociación con proveedores. <p>Percepción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visual. - Táctil. - Auditiva.
Perfil de contratación
<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Universitaria, curso de manipulación de alimentos del INA, manejo de paquetes o programas de computo. <p>Experiencia Laboral:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puestos similares, manejo de personal, <p>Condiciones personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edad entre 30 y 45 años. - Manejo de carga física considerable.
Riesgo ocupacional
<p>Posturas continuas por periodos prolongados de tiempo, movimientos de cargas de peso considerables, repetición de movimientos.</p> <p>Mentalmente el colaborador debe elaborar respuestas con rapidez mantener la concentración y la atención.</p> <p>Cargas de trabajo importantes, manejo de estrés considerable.</p>

6.3.2 Dependiente en cajas.

Cuadro 66

Descripción de puesto dependiente en cajas

Octubre 2014

Dependiente 1 cajas.
Descripción de funciones
Es responsable de los movimientos de dinero, determina la suma debida por los productos o servicios, además colabora con el tema de acomodo de productos y el servicio al cliente y manejo de inventarios y preparación de pedidos.
Demandas del puesto
Física: <ul style="list-style-type: none">- Postura: de pie la mayor parte del tiempo.- Movimientos: repetitivos en cajas, movimientos variados en el área de ventas.- Destreza manual: motricidad fina y manipulación de carga. Mental: <ul style="list-style-type: none">- Análisis de información: recibir y producir información oral y escrita.- Emitir respuestas rápidas: Atención, concentración, solución de problemas.- Interpretar signos y símbolos. Percepción: <ul style="list-style-type: none">- Visual.- Táctil.- Auditiva.
Perfil de contratación
Educación: <ul style="list-style-type: none">- Secundaria completa, curso de manipulación de alimentos del INA. Experiencia Laboral: <ul style="list-style-type: none">- Puestos similares. Condiciones personales: <ul style="list-style-type: none">- Edad entre 20 y 30 años.- Manejo de carga física considerable.
Riesgo ocupacional
Posturas continuas por periodos prolongados de tiempo , movimientos de cargas de peso considerables, repetición de movimientos. Mentalmente el colaborador debe elaborar respuestas con rapidez mantener la concentración y la atención. El puesto requiere contacto con dinero, el cual expone a contacto con bacterias.

6.3.3 Dependiente en ventas.

Cuadro 67

Descripción de puesto dependiente en ventas

Octubre 2014

Dependiente 2 ventas
Descripción
Es responsable del mantenimiento de producto en gondolas, colabora con los clientes y asesora en compras, mantiene el orden y la limpieza en el local, es responsable de la entrega oportuna de pedidos y colabora con la recepción de inventarios.
Demandas del puesto
Física: <ul style="list-style-type: none">- Postura: de pie la mayor parte del tiempo.- Movimientos: capacidad motora amplia y manejo de carga pesada.- Destreza manual: motricidad fina y manipulación de carga. Mental: <ul style="list-style-type: none">- Análisis de información: recibir información oral y escrita.- Emitir respuestas rápidas: Atención, concentración, solución de problemas.- Habilidad para el manejo de vehículos. Percepción: <ul style="list-style-type: none">- Visual.- Táctil.- Auditiva.
Perfil de contratación
Educación: <ul style="list-style-type: none">- Secundaria completa, curso de manipulación de alimentos del INA, licencia de conducir tipo A1 Motosicleta. Experiencia Laboral: <ul style="list-style-type: none">- Puestos similares o con características que aseguren el buen desempeño del puesto. Condiciones personales: <ul style="list-style-type: none">- Edad entre 20 y 30 años.- Manejo de carga física considerable.
Riesgo ocupacional
Posturas o movimientos con cargas de peso considerables, repetición de movimientos. Mentalmente el colaborador debe elaborar respuestas con rapidez mantener la concentración y la atención. Exposición a riesgo considerable por accidente de tránsito.

6.4 Requerimientos legales.

Para la determinación de requerimientos legales necesarios para la puesta en marcha de la verdulería se tomara como guía, las recomendaciones descritas en la Guía Básica para Abrir un Negocio publicada por la Cámara de Comercio de Costa Rica indexa en el anexo diez, la cual muestra los pasos necesarios para abrir un negocio en este país, se analizará cada paso y se determinaran los costos de cada uno. Los pasos a seguir y la determinación de costos se muestran a continuación:

6.4.1 Inscripción de la empresa ante el Registro Nacional.

En Costa Rica las empresas pueden operar bajo dos opciones, persona física o como persona jurídica, se recomienda la inscripción de la empresa como persona jurídica y una sociedad anónima. Se debe de presentar una escritura pública ante Registro Mercantil según los requisitos del Artículo 18 del Código de Comercio, en este acto deben comparecer como mínimo dos personas. Como parte de los requisitos para el registro de la empresa, se debe de depositar en una cuenta de un banco nacional el 25% del capital social indicado en el contrato social, también se puede firmar un pagaré ante notario público y depositar el capital después. El proceso de inscripción tarda alrededor de 15 o 30 días y no existe plazo legal establecido para este trámite; los costos asociados a esta gestión son los siguientes:

- Autenticación de escritura por notario público, ¢150,000.00.
- Timbres, ¢11,395.00.
- Derechos de inscripción en el Registro Nacional, ¢37,940.00
- Municipal 0.2% del capital social.
- Sello Agrario, ¢64,500.00.
- Legalización de libros, ¢15,000.00

La escritura constitutiva de la sociedad mercantil debe contener los aspectos mencionados en el Artículo 18 del Código de Comercio. Las responsabilidades del notario previo a la presentación al registro son las siguientes:

- Verificar que no esté ya inscrito el nombre propuesto de la sociedad.
- Hacer un estudio de registro para los casos en que se aporten bienes muebles o inmuebles registrables como parte del capital social.
- Publicar en el Diario Oficial La Gaceta, el edicto de constitución de la sociedad.
- Pagar en el Banco de Costa Rica, los timbres o derechos de registro, según el Artículo 2 de la Ley de Aranceles del Registro Público.
- Presentar al Registro Mercantil, la escritura pública, el comprobante de pago de timbres y la razón notarial que indique que el edicto fue enviado a publicar, justificando este último punto con la boleta de la Imprenta Nacional.

6.4.2 Determinación de procesos específicos según tipo de empresa.

En el país actualmente algunos sectores empresariales contemplan procesos específicos, no siendo el caso del tipo de empresa que se pretende constituir, por lo que no se determinaron requisitos adicionales para el establecimiento de la verdulería.

6.4.3 Aspectos relacionados con la construcción del local comercial.

La Guía Básica para Abrir un Negocio publicada por la Cámara de Comercio de Costa Rica señala que se debe de determinar si la construcción requiere estudio de pre diseño, evaluación ambiental de la Secretaría de Evaluación Ambiental (SETENA) y visado de planos y permisos de construcción. En el caso de la verdulería se concluye con respecto a los aspectos citados anteriormente que:

- En cuanto al prediseño de las obras, no aplica, debido a la magnitud de las de las mismas; no hay requerimiento ni especificaciones especiales de diseño y el terreno donde se planifica construir cuenta ya con el uso de suelo correspondiente.
- Según el Acuerdo Comisión Plenaria, modificación de la Resolución N° 2370-2004-SETENA (anexo once), del 13 de marzo del 2008, la actividad a desarrollar para la construcción del local comercial se califica de muy bajo impacto, ya que el proyecto cumple con todas las características indicadas en el Artículo cuatro del documento, específicamente en el punto 14. Según el Artículo cinco del mismo documento, la gestión ambiental deberá realizarse ante la Municipalidad correspondiente la cual otorga el permiso de funcionamiento o patente.
- Para el caso de la verdulería, el visado de planos y permisos de construcción son de relevancia en la ejecución del proyecto. Se explican a continuación los pasos y los costos asociados a este requisito.

En cuanto a planos y especificaciones técnicas, según el Colegio de ingenieros y Arquitectos el porcentaje para cobro de honorarios es de un 6.00% de la obra terminada, en base al presupuesto de obras en el que se estimó una suma de ¢2,996,101.50 para el local comercial, se calcula un valor de ¢179,766.09 por concepto de planos. El costo por el visado de planos en el Colegio Federado de ingenieros y Arquitectos es de 0.265% del valor de la obra, lo que refleja un monto de ¢7,939.50.

Con respecto a los permisos de construcción estos deben ser aprobados por la Municipalidad de Alajuela la cual cobra el 1% del total de la obra, en este caso ¢29,961.00 por los tramites, además para poder solicitar dichos permisos es necesario tramitar la póliza de riesgos del trabajo del Instituto Nacional de Seguros, el valor de este seguro se calcula multiplicando el valor de las obras por

el 30% y este por el factor de prima del seguro del 4.66% lo que en este caso resulta en un valor de ₡41,885.00. En el anexo doce, se incorporaron los formularios necesarios para los trámites correspondientes a los permisos de construcción en la Municipalidad de Alajuela.

6.4.4 Inscripción de la empresa como contribuyente tributario.

La inscripción se realiza en cualquier oficina de Administraciones Tributarias, para esto los interesados deben completar el formulario D-140 (anexo 13). Estos son los requisitos generales para realizar el trámite:

- Presentar el formulario D-140 completo, sin tachones ni borrones.
- Certificación de personería Jurídica emitida por Registro Público.
- Cédula de identidad del representante legal, original y fotocopia.

Para la inscripción de la empresa como contribuyente el único costo asociado son los viáticos necesarios para realizar los trámites, se prevé un gasto en este tema de alrededor de ₡5,000.00.

6.4.5 Inscripción de la empresa ante el Instituto Nacional de Seguros.

El código de trabajo exige que el patrono asegure a los empleados por riesgos del trabajo, debido a esto la verdulería debe suscribir una póliza en el Instituto Nacional de Seguros la cual debe estar suscrita al inicio de operaciones y vigente durante todo el tiempo en que la empresa opere. Una vez suscrita la póliza, el patrono, mensualmente, remite un estado de planillas proporcionado por la entidad con los datos de los trabajadores de la empresa. Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Fotocopia de la personería jurídica.
- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal.

- Presentar el formulario de inscripción, (anexo 14).

El costo de este seguro depende del monto de la planilla y del riesgo de la actividad que se pretenda asegurar, la forma de pago es anual y la tarifa oscila entre el 1 y el 7 por ciento de la planilla anual, para el proyecto el pago mensual por este rubro asciende a ¢17,800.00 aproximadamente más los viáticos necesarios para realizar la gestión que se calculan en ¢5,000.00.

6.4.6 Inscripción de la empresa ante la Caja Costarricense del Seguro social.

La legislación costarricense indica que el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social, esta inscripción se realiza dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los trabajadores. Las planillas el patrono debe enviarlas en los primeros tres días hábiles del mes. Los requisitos para la inscripción como patrono son los que a continuación se muestran:

- Fotocopia de personería jurídica, cédula jurídica del representante legal y de la escritura de constitución, dirección exacta del representante legal y miembros de la sociedad; además de certificación notarial o registral de la personería jurídica.
- Lista de empleados con los datos generales (nombre, cédula de identidad, número de asegurado, salario bruto, fecha de inicio, ocupación, horario y jornada)
- Recibo de electricidad del lugar donde va a operar la empresa.

Estos trámites se realizan en las oficinas centrales de la Caja Costarricense del Seguro Social, adicionalmente se debe de completar la boleta de Inscripción patronal, en total el patrono debe pagar un 32% por conceptos de cargas sociales. Para este trámite no se detectan costos adicionales, se considera que el valor de los viáticos para realizar el trámite es de ¢5,000.00.

6.4.7 Solicitud de permisos sanitarios de funcionamiento ante el Ministerio de Salud.

Los requisitos previos para la obtención del permiso sanitario de funcionamiento son los siguientes:

- Uso de suelo.
- Permiso de ubicación.
- Visado de planos del proyecto.
- Viabilidad ambiental. (para este caso es autorizada por la Municipalidad de Alajuela).
- Autorización de conexión al alcantarillado sanitario.

Por considerarse la actividad que se pretende desarrollar, de bajo riesgo, esta se exonera de la presentación de planes de salud ocupacional, emergencias y de desechos. Para realizar esta gestión se estima un gasto en viáticos de ¢5,000.00.

6.4.8 Solicitud de la patente municipal.

Como toda actividad lucrativa en este país, la verdulería requiere una licencia o patente municipal, esto implica un impuesto durante el tiempo de operación. El trámite puede variar de una municipalidad a otra, pero en general es común que soliciten los siguientes requisitos:

- Presentación de una certificación de personería jurídica.
- Copia del permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Contrato de póliza de riesgos del trabajo y recibo de cancelado.
- Uso de suelo o certificación de uso de suelo.
- Estar al día con los impuestos municipales.

Cabe destacar que dentro un requisito adicional solicitado por la Municipalidad de Alajuela, en zona residencial, para el otorgamiento de la patente, es la presentación de un acta con la firma de los vecinos, en donde estos avalen la apertura del negocio.

Al igual que en los tramites anteriores, se proyecta un gasto viáticos de ¢5,000.00 para realizar estas gestiones.

6.4.9 Requisitos para apertura de cuentas bancarias.

Para las aperturas de cuentas de la empresa, tanto corrientes como de ahorro, los requisitos son los siguientes para el Banco de Costa Rica, se aclara estos requisitos pueden variar dependiendo del banco al que se acuda, estos fueron consultados en la página WEB del Banco de Costa Rica.

- Original de la certificación de personería jurídica.
- Nombre completo de la empresa.
- Tomo folio y asiento de la inscripción en el Registro Nacional.
- Nombre completo del representante legal.
- Número de cédula del representante legal.
- Facultades del representante legal indicando que el poder se encuentra vigente.
- Original y copia de depósito según el tipo de cuenta a abrir.
- Constancia de domicilio social del cliente (recibo de servicios)
- Firmar el formulario conozca a su cliente.
- Original y copia de los documentos de identificación de los apoderados.

6.5 Normativa ambiental aplicada al proyecto.

Como se mencionó anteriormente, la verdulería, por sus características es clasificada como de bajo riesgo o impacto ambiental menor, los permisos de funcionamiento son otorgados según el criterio de la Municipalidad de Alajuela y le Ministerio de Salud. Los lineamientos que regularán la normativa ambiental del proyecto son los dispuestos en el Reglamento General Para el Otorgamiento de Permisos del Ministerio de Salud y la normativa interna de la Municipalidad e Alajuela. Además del Reglamento de Registro Sanitario de Establecimientos Regulados por el Ministerio de Salud Pública.

Otra normativa que regula la actividad que los socios pretenden implementar es la LEY 7554 Ley Orgánica del Ambiente cuyo fin principal es dotar a los costarricenses y al Estado de los instrumentos necesario para conseguir un ambiente sano y ecológicamente equilibrado.

La Ley 8839, Ley para la Gestión Integral de Residuos, también debe de tomarse en cuenta en la apertura de la nueva empresa, esta Ley promueve y regula la gestión de residuos y uso eficiente de los recursos mediante la planificación y ejecución de acciones regulatorias, lo que podría implicar algún tipo de sanción económica para la verdulería en caso de que el control de sus desperdicios no sea el adecuado.

En general en el país existen una serie de regulaciones, leyes y principios ambientales que deben ser tomados en cuenta por la nueva organización, sobre todo en el tema de manejo de desechos, para evitar las sanciones dispuestas en los reglamentos y leyes correspondientes.

6.6 Determinación de costos e inversiones del estudio organizacional, legal y ambiental.

Para facilitar el análisis de costos e inversiones del estudio organizacional, legal y ambiental, se elaboró el siguiente cuadro, el cual resume los costos identificados en el estudio, estos son los datos obtenidos:

Cuadro 68

Costos e inversiones del estudio organizacional, legal y ambiental.

Octubre 2014

En colones

Costo	Desglose del costo	Costo	Total costo
Inscripción de la Empresa en el Registro Público	Escritura	150.000,00	281.235,00
	Timbres	11.395,00	
	Derechos de inscripción	37.940,00	
	Municipal 0,2%	2.400,00	
	Sello Agrario	64.500,00	
	Legalización de libros	15.000,00	
Costos legales de la construcción del local	Honorarios del Ingeniero	179.766,09	259.551,59
	Costo del visado de planos por CFIA	7.939,50	
	Permiso de Construcción	29.961,00	
	Póliza riesgos del trabajo INS	41.885,00	
Costos de inscripción de la empresa como contribuyente	Viáticos	5.000,00	5.000,00
Costos de inscripción de la empresa al INS	Seguro riesgos laborales	17.800,00	22.800,00
	Viáticos	5.000,00	
Costos de inscripción de la empresa al CCSS	Viáticos	5.000,00	5.000,00
Solicitud de permiso sanitario de funcionamiento	Viáticos	5.000,00	5.000,00
Solicitud de patente municipal	Viáticos	5.000,00	5.000,00
Total cotos e inversiones del estudio organizacional, legal y ambiental			583.586,59

6.6 Conclusiones del estudio organizacional, legal y ambiental.

- La estructura organizacional de la empresa es pequeña, la mayor parte de decisiones importantes serán tomadas por el administrador. La contabilidad y el transporte de inventarios serán subcontratado con el fin de reducir el costo de planillas.

- El manual de puestos al igual que los procedimientos presentados, son preliminares, es probable que al momento en que se lleven a cabo las funciones, una vez establecida la empresa, estas difieran del concepto visualizado por el investigador y deban de ajustarse en alguna medida.
- Existe una Guía para la Abrir un Negocio, la cual es publicada por la Cámara de Comercio de Costa Rica, el apartado requerimientos legales hace un resumen de esta y la guía completa está en el anexo diez.
- En cuanto a la Normativa ambiental que regirá al proyecto, se concluye que es muy amplia. La empresa debe de velar sobre todo por el manejo de desperdicios y manipulación de alimentos, puntos clave para el éxito de la empresa.
- El costo e inversión del estudio organizacional, legal y ambiental se estima en un monto de ₡583,586.59.

6.7 Recomendaciones del estudio organizacional, legal y ambiental.

- Con respecto a la subcontratación de servicios de contabilidad y de transporte, se recomienda a los interesados, velar por que los servicios que se convengan cumplan con las características necesarias para cubrir los requerimientos de la empresa, además se aconseja a los inversionistas, la contratación de este tipo de servicios mediante contrato escrito, que contemple las necesidades de la empresa.
- Con respecto al manual y descripción de puestos al igual que los procedimientos descritos en el presente capítulo, se recomienda a los interesados, una vez puesta en marcha las operaciones de la empresa, velar por el mantenimiento, actualización y mejora de los mismos.

- Se recomienda utilizar la Guía para Abrir un Negocio adjunta en el presente trabajo, esto con el fin de agilizar los trámites necesarios para la apertura del negocio.
- Implementar políticas de manejo de desperdicios, con el fin de minimizar el riesgo de incumplimiento de la Normativa Ambiental que rige el proyecto y evitar sanciones o multas.

Capítulo VII: Estudio Financiero.

En el capítulo del estudio financiero, se analizarán las inversiones, el flujo de efectivo, indicadores financieros y sensibilidad para determinar la viabilidad financiera de proyecto. Como parte del estudio financiero, se realizará una corrida de tres escenarios, pesimista, realista y optimista, para determinar la prefactibilidad financiera del proyecto.

7.1 Resumen de 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 mostraran en el orden de ejecución del proyecto.

7.1.1 Costos asociados al estudio organizacional, legal y ambiental.

Según la investigación realizada en el estudio organizacional, legal y ambiental, para la puesta en marcha de la verdulería, es necesaria una inversión de alrededor de **¢583,586.59**, para cubrir los costos relacionados con el ámbito legal de la empresa.

7.1.2 Costos asociados al estudio técnico.

En el estudio técnico se determinaron los costos de inversión en el local comercial, los cuales tomando en cuenta el movimiento de tierra, la construcción de la obra gris y acabados, se estimaron con un costo de **¢2,996,101.50**. En este estudio también se establecieron los costos asociados a la compra de mobiliario y equipo, los cuales suman un total de **¢1,314,075.78**. Es importante resaltar que se determinó además en este estudio, que en el año dos del proyecto se debe realizar una inversión en reposición de activos de **¢525,000.00** y en el año cinco por **¢760,000.00**.

En el tema de egresos se cuantifico un gasto en suministros de **¢106,450.00**; el costo mensual por servicios se estimó en **¢354,966.21** y el gasto en salarios mensual se estima en **¢806,490.85** con cargas sociales del 32% que ascienden al **¢226,052.91**. Los costos por publicidad suman **¢205,000.00**.

Como política general el mobiliario se depreciara en línea recta y con un valor de rescate del 5% del valor de mercado, el local se depreciara a 10 años con un valor de rescate del 10% también en línea recta. El siguiente cuadro determina el gasto por depreciación de activos y los posibles ingresos generados por las ventas de estos activos en el año de reposición.

Cuadro 69

Resumen del gasto mensual por depreciación y el valor de liquidación de activos

Octubre 2014

Depreciación						
Ítem	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario (¢)	Costo Total (¢)	Gasto por depreciación	Valor de liquidación(¢)	Ingreso total (¢)
Edificio	1	2.996.101,60	2.996.101,60	22.470,76	299.610,16	-
Caja registradora	1	147.000,00	147.000,00	2.327,50	7.350,00	7.350,00
Báscula	2	45.000,00	90.000,00	1.425,00	4.500,00	4.500,00
Teléfono	1	20.000,00	20.000,00	316,67	1.000,00	1.000,00
Computadora Satelite	1	150.000,00	-	2.375,00	7.500,00	
Computadora Vostro	1	150.000,00	-	2.375,00	7.500,00	
Motocicleta	1	500.000,00	-	7.916,67	25.000,00	25.000,00
Cortina Galvanizada /Motor cortina	1	665.000,00	665.000,00	10.529,17	33.250,00	33.250,00
Estante para verdura/frutas	4	98.018,95	392.075,78	6.207,87	19.603,79	19.603,79
Total balance de equipos			1.314.075,78	55.943,63	105.703,79	90.703,79

El gasto por depreciación de activos se calculó en **¢55,943.63** mensuales y un ingreso por venta de activos en el año dos de **¢15,000.00** correspondiente a las computadoras portátiles y en el año cinco in un ingreso por venta de activos de **¢90,703.79**.

7.2 Construcción de flujos de caja.

Para la elaboración de los flujos de caja correspondientes a los escenarios pesimista, realista y optimista, se elaboraron para determinar lo requerimientos reales de efectivo y verificar si bajo los supuestos de flujo de caja que más adelante se explican, el proyecto presenta prefactibilidad financiera.

7.2.1 Flujo de caja pesimista.

Para la elaboración del flujo de caja bajo el escenario pesimista se tomaron en cuenta los siguientes factores:

- Se sensibilizaron los ingresos bajo el supuesto de que la verdulería podría atender únicamente el 10% de la población de la zona de influencia inicial, esto implica que atendería a la semana solamente a 132 familias de las 1320 que conforman la zona; en cuanto al servicio de entrega a domicilio el número de pedidos a la semana se calculó en 26 los resultados fueron los siguientes.

Cuadro 70

Flujo de caja proyectado escenario pesimista Octubre 2014

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	83.808.000,00	92.203.800,00	101.424.180,00	111.566.598,00	122.723.257,80
Costos de ventas	65.894.400,00	73.763.040,00	81.139.344,00	89.253.278,40	98.178.606,24
margen de utilidad bruta	17.913.600,00	18.440.760,00	20.284.836,00	22.313.319,60	24.544.651,56
Menos Egresos	18.323.508,72	18.625.915,67	20.341.412,05	22.329.702,92	24.573.387,36
Menos Gastos N desem	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00
Utilidad antes de impuesto	-8.465.700,72	-8.240.947,67	-8.112.368,05	-8.072.175,32	-8.084.527,80
Impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad después de impuestos	-8.465.700,72	-8.240.947,67	-8.112.368,05	-8.072.175,32	-8.084.527,80
más Ajuste gasto no desembolsables	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00
menos Egresos no afectos de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
más Beneficios no afectos de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja	-409.908,72	-185.155,67	-56.576,05	-16.383,32	-28.735,80

7.2.2 Flujo de caja realista.

En el flujo de caja realista se tomaron en cuenta los siguientes factores:

- Se sensibilizaron los ingresos bajo el supuesto de que la verdulería podría atender únicamente el 15% de la población de la zona de influencia inicial, esto implica que atendería a la semana 198 familias a la semana; en cuanto al servicio de entrega a domicilio el número de pedidos a la semana se calculó para este escenario en 40 por semana los resultados fueron los siguientes.

Cuadro 71

Flujo de caja proyectado escenario realista

Octubre 2014

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	125.664.000,00	138.245.400,00	152.069.940,00	167.276.934,00	184.004.627,40
Costos de ventas	98.841.600,00	110.596.320,00	121.655.952,00	133.821.547,20	147.203.701,92
margen de utilidad bruta	26.822.400,00	27.649.080,00	30.413.988,00	33.455.386,80	36.800.925,48
Menos Egresos	18.323.508,72	18.625.915,67	20.341.412,05	22.329.702,92	24.573.387,36
Menos Gastos N desem	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00
Utilidad antes de impuesto	443.099,28	967.372,33	2.016.783,95	3.069.891,88	4.171.746,12
Impuestos	4.061,74	9.673,72	20.167,84	30.698,92	41.717,46
Utilidad después de impuestos	439.037,54	957.698,61	1.996.616,11	3.039.192,96	4.130.028,66
más Ajuste gasto no desembolsables	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00
menos Egresos no afectos de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
más Beneficios no afectos de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja	8.494.829,54	9.013.490,61	10.052.408,11	11.094.984,96	12.185.820,66

7.2.3 Flujo de caja optimista.

En el escenario optimista se tomaron en cuenta los siguientes factores, se sensibilizaron los ingresos bajo el supuesto de que la verdulería podría atender únicamente el 20% de la población de la zona de influencia inicial, esto implica que atendería a la semana 264 familias; en cuanto al servicio de entrega a domicilio el número de pedidos a la semana se calculó para este escenario en 52 por semana los resultados fueron los siguientes.

Cuadro 72

Flujo de caja proyectado escenario optimista

Octubre 2014

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	167.494.080,00	184.258.488,00	202.684.336,80	222.952.770,48	245.248.047,53
Costos de ventas	131.788.800,00	147.406.790,40	162.147.469,44	178.362.216,38	196.198.438,02
margen de utilidad bruta	35.705.280,00	36.851.697,60	40.536.867,36	44.590.554,10	49.049.609,51
Menos Egresos	18.323.508,72	18.625.915,67	20.341.412,05	22.329.702,92	24.573.387,36
Menos Gastos N desem	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00
Utilidad antes de impuesto	9.325.979,28	10.169.989,93	12.139.663,31	14.205.059,18	16.420.430,14
Impuestos	85.488,14	101.699,90	121.396,63	142.050,59	164.204,30
Utilidad después de impuestos	9.240.491,14	10.068.290,03	12.018.266,67	14.063.008,59	16.256.225,84
más Ajuste gasto no desembolsables	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00	8.055.792,00
menos Egresos no afectos de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
más Beneficios no afectos de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja	17.296.283,14	18.124.082,03	20.074.058,67	22.118.800,59	24.312.017,84

7.3 Estructura de financiamiento del proyecto.

La estructura de financiamiento del proyecto, estará compuesta por el momento únicamente por capital de los socios, bajo los escenarios dispuestos en la presente investigación, el capital con el que disponen los interesados es suficiente para cubrir las necesidades tanto de inversión inicial como de capital de trabajo. Como se había mencionado al principio de la investigación, los interesados disponen de al menos **¢8,000,000.00**.

Como cualquier inversionista, los interesados en el presente proyecto desean obtener ganancias superiores a las que podrían percibir colocando estos fondos en una inversión bancaria; las tasas de interés de certificados a bono a plazo para el año 2014 rondan entre el 5.5% y el 6.57%, los inversionistas estarían conformes con una tasa de rendimiento de por lo menos el 10%, esta se define también como el **Costo de Capital**.

7.4 Indicadores financieros de factibilidad.

7.4.1 Tasa interna de retorno.

La evaluación de la tasa interna de retorno es satisfactoria en los escenarios realista y optimista. Superando el 135% en el primero y el 270% en el segundo, para el escenario pesimista el resultado de la evaluación es negativo.

7.4.2 Valor actual neto.

Al descontar los flujos de caja del proyecto, el valor actual neto (VAN) es positivo en los escenarios realista y optimista el escenario pesimista, muestra saldo negativo.

7.4.3 Periodo de recuperación.

Bajo el escenario pesimista el periodo de recuperación no existe, no obstante en los escenarios realista y optimista, el resultado es positivo y satisfactorio con respecto a la actividad que se está evaluando, cabe resaltar que la sensibilización realizada es muy drástica, sobre todo si se compara los ingresos proyectados en cada escenario, con respecto a los datos que se obtuvieron en el estudio de mercado. Además la inflación que se está aplicando a los gastos es muy superior a la proyectada por el Banco Central de Costa Rica.

A continuación se presenta a modo de cuadro los resultados obtenidos de esos indicadores:

Cuadro 73
Resultados de los indicadores financieros (VAN,TIR,PER).
Octubre 2014

INDICADOR	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO REALISTA	ESCENARIO OPTIMISTA
VAN	7.135.968,50	31.329.957,13	69.448.936,18
TIR	No existe	135%	270%
PER/en años	N/A	3,10	0,53

7.5 Análisis de sensibilidad y riesgo financiero.

Para sensibilizar los diferentes escenarios y minimizar los riesgos por posible fluctuaciones en la economía nacional se utilizaron los siguientes supuestos de flujo de caja para abordar estos temas:

7.5.1 Ingresos.

- Para calcular los ingresos, se utilizó la información obtenida del estudio de mercado, en donde se determinó un precio promedio semanal de compra

de frutas y verduras de **¢12,275.00** lo que resulta en un cálculo mensual de **¢53,000.00** por familia. Este fue el dato de menor cuantía, comparándolo con la moda, que sugería un precio de **¢15,000.00** y con el cálculo de un pedido estándar por familia, que indicaba un precio de **¢14,595.00** por familia.

- En cuanto a las ventas, se pronostica un escenario pesimista en el que la empresa cubra únicamente el 10% del total de clientes de la zona de influencia inicial, lo que generaría ventas para 132 familias en forma semanal, de las cuales 26 se efectuarían mediante entrega a domicilio.
- Para el escenario realista se aplica compras del 15% de la zona de influencia inicial, 198 familias semanales, con demanda de 40 entregas a domicilio por semana.
- En el escenario optimista aplica el 20%, 264 familias por semana con ingreso por entrega a domicilio a 53 personas. En todos los escenarios se tomó en cuenta la capacidad instalada.
- Se espera un incremento en ventas y en el servicio a domicilio de 10% anual.
- Se esperan ingresos en el año dos por cambio de activos por un monto de ¢15,000.00 y en el año cinco por ¢90,703.79.

7.5.2 Costo de ventas.

- Para efectos del flujo de caja, se define el costo de ventas como el 80% de las ventas brutas. Esto según el estudio realizado a los competidores, los cuales manejan márgenes de ganancia de alrededor del 20% en comparación con los precios de venta publicados por el CENADA.

7.5.3 Gastos.

- El gasto por suministros se prevé en ¢106,450.00 semanales, se espera un incremento en el gasto de hasta 13% anual esto debido a que se espera un incremento en ventas considerable. Se aplicara la misma tasa para los costos por publicidad.
- En el tema de servicios, se estima un incremento anual igual a la inflación para el mes de setiembre 2014 (6.08 %) más dos puntos porcentuales para cada periodo siguiente y en forma progresiva para los próximos cinco años.
- El gasto por depreciación se estima con un monto anual de ¢671,316.00.
- Los salarios y cargas sociales se incrementaran a una tasa del 9% anual.

7.5.4 Impuestos.

No aplica tratamiento por concepto de impuesto de ventas, debido a que todos los productos que se venderán en la verdulería, están exentos de este pago, esto según la lista de productos de la Canasta Básica publicada por el Ministerio de Hacienda. El impuesto

7.5.5 .Tasa de rendimiento.

Los inversionistas necesitan un rendimiento superior al 10% para invertir en el proyecto, se define ese porcentaje como la tasa de rendimiento para el proyecto.

7.5.6 Sustitución de activos.

Se prevé una sustitución de activos para el año tres por un monto de ¢ 525,000.00, y para el año cinco ¢760,000.00, correspondientes a la compra de equipo de cómputo en el primer caso y a la sustitución de estantería el segundo.

7.5.7 Capital de trabajo.

El capital de trabajo se estima en ¢1,500,000.00, esto debido a que la empresa no ofrecerá crédito y las compras de mercadería se efectuaran de forma semanal esperando una rotación de inventario con la misma periodicidad; esto basado en los datos obtenidos en el estudio de mercado, en el cual las personas encuestadas afirmaron realizar este tipo de compras en mayor medida, de manera semanal.

7.2.8 Inversión Inicial.

La inversión inicial se determinó en un monto de **¢6,538,760.87** que contempla edificio, mobiliario y equipo, rotulo del local , constitución de la empresa y capital de trabajo.

7.6 Conclusiones del estudio financiero.

- Según los datos suministrados por los diferentes estudios, no será necesario el financiamiento de la empresa mediante crédito; el capital dispuesto por los socios es suficiente para financiar la primera etapa del proyecto.
- El proyecto es viable financieramente desde el punto de vista del escenario realista y optimista, pese a los niveles de sensibilización aplicados en los escenarios.

- Los parámetros de sensibilización utilizados se consideran suficientes para sostener la hipótesis de que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero.

7.7 Recomendaciones del estudio financiero.

- A pesar de que en la primera etapa del proyecto no será necesaria la utilización de financiamiento mediante crédito, no se debe descartar la posibilidad de utilizar algún tipo de facilidad financiera para lograr expandir el negocio, sobre todo en las etapas dos y tres en las que se requiere, aumentar la flota vehicular de la empresa y la capacidad instalada.
- Para poder cumplir con las expectativas de venta que se indicaron en el capítulo anterior es importante que la empresa incurra en el gasto indicado en el estudio de mercado, por concepto de publicidad.
- Se recomienda realizar la inversión en el proyecto, bajo los escenarios dispuestos en el cálculo para la corrida de datos realista y optimista.

Capítulo VIII: Análisis integral del estudio de riesgo del proyecto.

En el presente capítulo se analizarán los riesgos que pueden seguir los inversionistas al financiar una empresa con las características de la evaluada en los proyectos. En este capítulo se analizaran los factores económicos, sociales políticos, demográficos, tecnológicos y demográficos.

8.1 Análisis integral del estudio de riesgo del proyecto.

En este apartado se desarrollara el concepto de análisis cualitativo del riesgo, el cual evalúa el impacto y la probabilidad de ocurrencia de determinados factores de riesgo, que podrían impedir la ejecución de la primera etapa del proyecto, se empezará con una identificación de los posibles riesgos del proyecto y la asignación de la calificación de riesgo (Alto, Medio o Bajo).

Para determinar el riesgo en cuanto a la ejecución de la primera etapa del presente proyecto, se clasifican los posibles riesgos en dos grupos, según su probabilidad de ocurrencia.

A continuación se ejemplifican dichas calificaciones:

Figura 40. Probabilidad de ocurrencia de riesgos

Calificación	Descripción
Alto	Ocurre si no es abordado
Medio	Podría ocurrir si no es abordado
Bajo	Probablemente no ocurra

Otro de los aspectos que se den de tomar en cuenta al momento de medir riesgos es el impacto material o económico que puede sufrir el negocio en caso de que los riesgos previstos se materialicen. La siguiente tabla muestra la consecuencia de impacto en caso de ocurrencia.

Figura 41. Consecuencia en caso de materialización de riesgos

Calificación	Descripción
Alto	Impacto económico alto, pone en riesgo la puesta en marcha del proyecto
Medio	Impacto económico medio, podría poner en riesgo la puesta en marcha del proyecto
Bajo	No pone en riesgo la puesta en marcha del proyecto

Se consideran para la ejecución del proyecto, de impacto alto, los que de ocurrir, ponen en riesgo la apertura del negocio, y que representan un impacto económico alto en la inversión realizada hasta el momento (perdidas).

Los riesgos considerados de impacto medio, son los que pueden atrasar la puesta en marcha de la empresa y con un impacto económico medio en la inversiones realizadas; el impacto bajo no pone en riesgo la apertura del negocio y si se materializa no impacta los fondos económicos del proyecto.

La calificación de riesgos y su probabilidad de ocurrencia se unen para crear una matriz de calor o de riesgos que se muestra a continuación:

Figura 42. Matriz de calor o de riesgos

		Matriz de calor		
Probabilidad de ocurrencia	Alta	3,1	3,2	3,3
	Media	2,1	2,2	2,3
	Baja	1,1	1,2	1,3
		Bajo	Medio	Alto
		Impacto		

Para facilitar la comprensión de la matriz, se enumeran los riesgos de acuerdo a su nivel, siendo el primer número el correspondiente a la probabilidad y el segundo el impacto del evento de riesgo.

Los marcados en rojo se consideran los de mayor riesgo o peligro (3.2, 3.3 y 2.3), estos son los que se deben de considerar de mayor relevancia al momento de implementar el proyecto. Son estos los que deben tener un plan contingente o mitigador.

Los riesgos (3.1, 2.2 y 1.3) son considerados como medios y deben ser tomados en cuenta, debido a que bajo el escenario de la puesta en marcha del proyecto, estos pueden generar atrasos en la ejecución; en la matriz están marcados con color amarillo.

Los marcados en verde, se consideran bajos y de importancia mínima, no hay impacto económico del proyecto y no ponen en riesgo la puesta en marcha del proyecto.

8.2 Posibles riesgos del proyecto.

- La mayor parte de las variables expuestas en el siguiente análisis, son determinadas por agentes externos, esto debido a que los trámites necesarios para poner en marcha una empresa, están supeditados a aprobaciones de entes reguladores u aprobadores. Se desglosaran los riesgos según el involucrado en la actividad necesaria para la apertura del negocio.

8.2.1 Municipalidad de Alajuela.

- Rechazo u atraso de solicitud de permisos de funcionamiento y patente; el riesgo otorgado es 2.3. El plan regulador de uso de suelo, no limita la propiedad donde se pretende implementar el negocio pero el rechazo en patente o permiso de funcionamiento hecha al traste cualquier esfuerzo económico realizado anteriormente.
- Atrasos en inicio de obras por otorgamiento de permisos de construcción. Se le otorga una calificación de 2.3 debido a que cualquier atraso en permisos u obras, repercute en el presupuesto del proyecto.

8.2.2 Posibles socios.

- Negación del capital para inversión inicial por parte de alguno de los socios. Se considera una calificación de 2.3, debido a que si algún socio no aporta el capital correspondiente, el proyecto se verá atrasado y comprometido económicamente.

8.2.3 Entidades financieras.

- Atraso en apertura de cuentas corrientes. Lo que generaría atrasos en la inscripción de la empresa en el Registro Nacional, se considera de impacto medio y ocurrencia media, calificación 2.2.

8.2.4 Registro Nacional.

- Retraso en la inscripción de nombre comercial en el registro. Este riesgo, de manifestarse, atrasaría la puesta en marcha del proyecto, su impacto

sería medio y la probabilidad de ocurrencia media, para una calificación de 2.2.

8.2.5 Aseguradoras.

- Sufrir atrasos en el inicio de obras del local, por atraso en trámite de póliza de riesgos del trabajo. En caso de que la aseguradora no trámite la póliza a tiempo, las obras del local sufrirían atrasos, impactando el tiempo en que se deberían realizar, se le otorga impacto alto con una probabilidad de ocurrencia baja, 1.3.

8.2.6 Ministerio de Salud.

- No aprobar los permisos sanitarios correspondientes. En este caso si la entidad no aprueba los permisos, el negocio no puede funcionar, por lo que se le otorga un impacto alto y probabilidad de ocurrencia medio 2.3.

8.2.7 Caja Costarricense del Seguro Social.

- Podría tardar más de lo debido la inscripción de la empresa ante la CCSS, lo que podría resultar en un atraso para iniciar operaciones. Se manifestarse esta situación el impacto en el proyecto sería importante, impacto alto ocurrencia media 2.3.

8.2.8 Contratistas.

- Tardanza en la ejecución de las obras. Cualquier atraso en ejecución de obras, culmina en incrementos en el presupuesto inicial por lo que en caso de suceder, impacta en el valor del proyecto, se le otorga un impacto Alto con probabilidad de ocurrencia media. 2.3.

- Rompimiento de contrato de obras. Este escenario es aún peor, el abandono de obras implica días perdidos y por ende atraso, en obras menores es muy habitual este tipo de situaciones, por lo que se le otorga un impacto alto y ocurrencia alta, 3.3.

8.2.9 Proveedores.

- Atrasos en la entrega de los insumos solicitados por la empresa. Ya en funcionamiento la empresa, el atraso de los proveedores, puede significar pérdida de ventas, clientes y por ende impactos a nivel económico en la empresa. El impacto se considera medio y la probabilidad de ocurrencia bajo, 1.2.

8.2.10 Proveedor de inventario.

- Disponibilidad de productos incapaz de satisfacer el nivel de demanda de la empresa. Aunque el CENADA reúne gran cantidad de productores, cabe la posibilidad de que por algún factor externo, se presente escases de algún producto, esto es poco ocurrente y de impacto alto, 1.3.

8.3 Mitigación de riesgos del proyecto.

Por lo general, los proyectos, en sus etapas iniciales, son vulnerables debido a que el presupuesto está limitado y en estas etapas tempranas, la viabilidad financiera depende de la ejecución de los presupuestos destinados a cada rubro en sus montos correspondientes, cualquier variación en estos montos, ponen en peligro la ejecución del proyecto.

Para asegurar la primera etapa del negocio y mitigar los posibles riesgos en la ejecución del mismo, se plantea el siguiente cuadro, el cual contiene las posibles

directrices a seguir para evitar o controlar los riesgos del proyecto en su etapa inicial.

Cuadro 74

Plan de mitigación de riesgos de la primera etapa del proyecto

Octubre 2014

Riesgo	Nivel de riesgo	Alternativa	Plan de mitigación
Rompimiento de contrato de obras.	3,3	Afrontar	Mantener contacto con diferentes personas o empresas constructoras, para en caso de ser necesario, realizar un nuevo contrato.
Rechazo u atraso de solicitud de permisos de funcionamiento y patente	2,3	Evitar	El administrador debe asesorarse sobre los temas concernientes al requisito y anticiparse a cualquier evento
Atrasos en inicio de obras por otorgamiento de permisos de construcción	2,3	Evitar	El administrador debe asesorarse sobre los temas concernientes al requisito y anticiparse a cualquier evento
Salida de algún socio previo a la ejecución del proyecto.	2,3	Afrontar	Buscar financiamiento por entidades financieras o nuevos inversionistas. Mantener una presentación del proyecto disponible para en caso de ser necesario, mostrarla a nuevos interesados.
Rechazo de permisos sanitarios	2,3	Evitar	Informarse sobre los requisitos que debe cumplir el local para evitar el rechazo.
Inscripción tardía de la empresa en la CCSS	2,3	Evitar	Asesorarse sobre la documentación y requisitos necesarios para evitar atrasos en este tramite.
Atrasos en ejecución de obras (local)	2,3	Evitar	Asegurar una buena contratación de personal para la construcción de las obras, con experiencia y referencias suficientes.
Atraso en apertura de cuenta corrientes	2,2	Evitar	Asesorarse sobre la documentación y requisitos necesarios para evitar atrasos en este tramite.
Retraso en la inscripción en el Registro Nacional	2,2	Evitar	Asesorarse sobre la documentación y requisitos necesarios para evitar atrasos en este tramite.
Atrasos en tramites de pólizas	1,3	Evitar	Mantener contacto con las diferentes aseguradoras del país, con el objetivo de mantener disponible algún contacto, que pueda tramitar lo concerniente.
Disponibilidad de inventario de proveedores insuficiente.	1,3	Evitar	Informarse sobre proveedores alterno, sobre todo productores cercanos a la empresa.
Atraso en entrega de sumisitos, mobiliario y equipo	1,2	Evitar	Previo compra de suministros o mobiliarios, realizar un sondeo sobre la calidad, servicio y tiempo de entrega de cada proveedor.

Capítulo IX:
Conclusiones y recomendaciones generales.

9.1 Conclusiones generales.

- Se define existencia de prefactibilidad financiera, bajo los supuestos indicados en el informe financiero, en los escenarios realistas y optimista, ambos con indicadores financieros razonables para la actividad que se pretende desarrollar.
- Desde el punto de vista técnico, administrativo, legal y ambiental, no se determinaron impedimentos en la zona geográfica donde se pretende desarrollar la empresa, que impidan la puesta en marcha de operaciones.
- Se logró desarrollar una mezcla de mercadeo acorde con la necesidad de proyecto y se determinó, el producto, la plaza, el precio y la promoción.
- Los costos de la mercadería son fluctuantes, dependiendo de la producción disponible en el país, este es un factor importante a tomar en cuenta, debido a que esta volatilidad debe verse reflejada en los precios finales de los productos.
- Se logró determinar la Zona de influencia macro y micro del proyecto. La localización de la empresa genera ventajas, se detectó auge económico y social en el área donde se pretende instalar la empresa, presencia de Zonas Francas y aumento considerable del área Urbanística, la Zona de influencia inicial es únicamente alrededor del 50% del mercado total que se podría abarcar.
- Con respecto al mercado proveedor, se logró determinar la existencia de un gran número de vendedores concentrados en un mismo sitio. Lo que disminuye el costo de transporte y evita dependencia de proveedores.

- Los datos proporcionados por los encuestados revelan una demanda aceptable de los productos que se pretenden comercializar, el nivel de consumo de frutas y verduras de las familias de las personas que fueron consultadas es alto; se determinó que hay anuencia de compra para la nueva verdulería y demanda latente para el servicio a domicilio.
- Los principales competidores de la nueva verdulería son: Plaza Ferias, Pali Coyol, Maxi Pali y Mega Súper, siendo las últimas, cadenas de supermercado con gran experiencia en el medio y con poder de negociación con los proveedores.
- En el estudio organizacional se planteó la una estructura funcional para la empresa, compuesta por un administrador, dos empleados y servicios subcontratados de contabilidad y transporte. También se definió un manual de puestos y de procesos administrativos.
- Con la ayuda de la Guía publicada por la Cámara Nacional de Comercio, se logró determinar los aspectos legales básicos y los pasos necesarios para legalizar la nueva empresa.
- En el informe técnico se cuantificaron los costos de operación necesarios para el desarrollo del proyecto, los rubros que se determinaron son, infraestructura, capital de trabajo, mano de obra, equipo, costos de publicidad y costos legales.
- Se elaboraron tres flujos de caja, con tres posibles escenarios, se calcularon los costos de operación y el resultado de estos flujos, es positivo en el escenario realista y optimista, bajo los supuestos descritos en el apartado de sensibilización del estudio financiero.
- Se analizaron los indicadores financieros, siendo positivos el VAN, TIR y PRI, en los escenarios realista y optimista.

- La ejecución del proyecto conlleva en su primera etapa, una serie de riesgos para su ejecución, y como todo proyecto es susceptible a cambios abruptos de presupuesto, el análisis de riesgo, muestra que en su mayoría los riesgos de proyecto pueden ser mitigados en alguna forma.

9.2 Recomendaciones generales.

- Se recomienda la ejecución del proyecto bajo el contexto dispuesto en el escenario realista u optimista, descritos en el estudio financiero.
- Implementar la estrategia de mercadeo descrita en ese apartado, para aprovechar al máximo la demanda existente de este tipo de productos y lograr ventajas competitivas.
- Establecer una política para la asignación de precios, con el fin de evitar pérdidas, asegurar precios competitivos y rentabilidad en las operaciones.
- Se invita a la administración a realizar un estudio sobre el posible nicho de mercado existente en el área de la zona Industrial del Coyol de Alajuela, es posible que se puedan comercializar productos o subproductos de la verdulería en esta zona.
- Se recomienda planificar las inversiones necesarias para la expansión de la verdulería a la totalidad de la comunidad del Coyol de Alajuela en el mediano plazo.
- En caso de que la demanda de entrega a domicilio exceda la capacidad instalada de la empresa, se recomienda la subcontratación de motorizados.

Capítulo X: Anexos

Anexo 1

Cotización de rotulo para el local

Alex Trejos A. (rotulostrejos@gmail.com) [Agregar a contactos](#) 02:50 p.m. | ▶
Para: Carlos Duran Mora ✕

Se han bloqueado partes del mensaje por tu seguridad.
[Mostrar el contenido](#) | rotulostrejos@gmail.com es de confianza. [Mostrar siempre el contenido.](#)

Rotulo metalico con marco y lamina con impresion adhesiva full color.
C.145,000

El 24 de octubre de 2014, 7:38, Carlos Duran Mora <duranmora1801@hotmail.es> escribió:

subject	solicitud de cotizacion rotulos
producto	Rótulo Metálico
observaciones	Rotulo metálico para verdulería medidas 1 m de alto por 3 de largo necesito el precio aproximado o cotización. gracias
nombre	Carlos Duran Mora
tel	88126276
email	duranmora1801@hotmail.es
enviar	Enviar formulario
Fecha petición:	24/10/2014 09:38:24

Anexo 2 Cotización para perifoneo.

The image shows a screenshot of a website advertisement. At the top, the logo 'comprame!o' is visible, along with navigation links: 'Buscar anuncios', 'Iniciar sesión', and 'Crear cuenta'. Below the logo, a breadcrumb trail reads: 'Toda Costa Rica / Alajuela / Negocios y empleos / Servicios'. A link to return to search is present: « Volver a la búsqueda ».

The main title of the advertisement is 'Perifoneo y volanteo en costa rica', with a timestamp '9 mayo 01:35'. The ad is presented in a card format with two tabs: « Previo anuncio » and « Siguiete anuncio ».

The advertisement content includes:

- A price tag of **₡ 7 000**.
- Text: PUBLICIDAD COREA
- Text: PERIFONEO Y VOLANTEO EN TODA COSTA RICA
- Text: APROVECHE LAS OFERTAS
- Text: ALAJUELA DESDE 7 MIL COLONES LA HORA
- Text: HEREDIA Y SAN JOSE DESDE 8 MIL COLONES LA HORA
- Text: CARTAGO DESDE 9 MIL COLONES LA HORA
- Text: PRECIO APLICA EN PAQUETE MINIMO 10 HORAS CONSECUTIVAS Y VARIA DE ACUERDO AL LUGAR DE SERVICIO Y CANTIDAD DE DIAS CONTRATADOS
- Text: OFERTAS VALIDAS POR MAYO Y JUNIO 2014
- Text: ADEMÁS PRECIOS ESPECIALES EN LAS OTRAS PROVINCIAS
- Text: VAMOS A TODO EL PAIS, MAS DE 10 AÑOS DE SERVICIO
- Text: TELS 60023334-85022727
- Text: ESTAMOS A SUS ORDENES

On the right side of the advertisement, there is a box with the following information:

- Región: Alajuela
- Tipo: Servicios, Se vende

Below this box are three interactive options:

- Agregar a favoritos
- Compartir este anuncio
- Denunciar abuso

Anexo 3 Cotización caja registradora.


REGISTRADORA PCR-T280

- > Cálculo de Impuestos.
- > 15 departamentos
- > 100 PLUS
- > Tasa para tecla de porcentaje
- > Código para 4 cajeros
- > Sistema de 10 teclas, memoria intermedia de 16 teclas (pulsación simultanea de 2 teclas)
- > Pantalla: importe de 8 dígitos (supresión de ceros), número de departamento/PLU, número de repeticiones, TOTAL, CAMBIO.
- > .Impresora: recibo de 24 dígitos
- > Bobinado de rollo de papel automático (registro diario)
- > Rollo de papel 58 mm
- > Cálculos: Ingreso de 8 dígitos, registro de 7 dígitos, total de 8 dígitos.
- > Función de calculadora: 8 dígitos, cálculos aritméticos, cálculos de porcentaje.
- > Pilas de protección de memoria: La duración de servicio efectiva de las pilas de protección de memoria (3 pilas tipo UM3) es aproximadamente un año a partir de la instalación en la máquina.
- > Impresor Térmico.

****** REGIMEN SIMPLIFICADO******




Anexo 4 Cotización romana electrónica.



Compañía Sumeek S.A San José - Costa Rica

Contáctenos al (506)2221 2841

Inicio
Servicios
Productos
Quienes Somos
Contactos
Mapa



Importadores Directos

SUMEEK S.A.









Registratoras, Punto de Venta y Suministros de Oficina Llámenos al (506) 2221 2841- 2256 2503

NUESTROS PRODUCTOS


- Cajas Registradora
- Calculadoras
- Contadoras de Billetes
- Teléfonos
- Punto de Venta
- Romanas
- CCTV
- Facsimiles
- Trituradoras
- Mobiliario de Oficina
- Etiquetadoras

Contamos con variedad de romanas para su negocio

Contamos con una gran variedad de romanas para su negocio, pesos de 100k, 150k, 300k, 500k, equipos con garantía y servicio técnico.

 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡45,000 + iv</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p> <p>Ferton</p>	 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡49,000 + iv</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p> <p>SmartWeight ACS-21</p>	 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡65,000 + iv</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p> <p>Nico ACSJE-21</p>	 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡75,000 + iv</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p> <p>Ferton</p>
 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡95,000 + iv</p> <p style="font-weight: bold;">Peso: 100k</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p>	 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡135,000+ iv</p> <p style="font-weight: bold;">Peso: 150k</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p>	 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡150,000 + iv</p> <p style="font-weight: bold;">Peso: 300k</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p>	 <p style="color: red; font-weight: bold;">₡225,000 + iv</p> <p style="font-weight: bold;">Peso: 500k</p> <p style="font-size: small;">VER DETALLES</p>

ROMANAS ₡110,000 + iv












₡110,000 + iv

Stock: Disponible
Entrega Inmediata

Contáctenos 2221 2841

PAGINA INICIO

Nuestras marcas

Anexo 5 Cotización teléfono.



Compañía Sumeek S.A San José - Costa Rica

Contáctenos al **(506)2221 2841**

Inicio
Servicios
Productos
Quienes Somos
Contactos
Mapa



Importadores Directos

SUMEEK S.A.

Registradoras, Punto de Venta y Suministros de Oficina Llámenos al (506) 2221 2841- 2256 2503 Fax : 2256 2138

NUESTROS PRODUCTOS

- Cajas Registradora
- Calculadoras
- Contadoras de Billetes
- Contadoras de Monedas
- Teléfonos
- Punto de Venta
- Romanas
- CCTV
- Facsimiles
- Trituradoras
- Mobiliario de Oficina
- Encuadernadoras
- Etiquetadoras
- Laminadoras



Teléfonos

 €22,000 + iv Modelo: VTC5111 VER DETALLES vtech	 €20,000 + iv Modelo: T2429 VER DETALLES vtech	 €23,000 + iv Modelo: VT100 VER DETALLES vtech	 €26,000 + iv Modelo: VT150 VER DETALLES vtech
 €27,000 + iv Modelo: VTC8219 VER DETALLES vtech			

Oferta € 22,000 + IV



Contáctenos al **2221 2841**

Venta y servicio técnico de equipo de oficina

Inicio

Nuestras marcas



Anexo 6
Cotización cortina arrollable y motor para cortina.



TEL: 22278211 -87762121 - 87762222 - 88257070
 www.portonestiquicia.com
 E-mail: ventas@portonestiquicia.com
 Cedula Juridica: 3-101-467502
 San José, Costa Rica. De la Maternidad Carit
 100 este, 100 sur, 25 este No. 114

COTIZACION

Fecha	Cotización #
22/10/2014	15890

www.portonestiquicia.com

CORTINA CON MOTOR				
Cliente		Asesor Tecnico	Terminos	
Carlos Duran Mora cel. 8812-6276 Coyol de Alajuela			Costado	
Codigo	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
42010	-CORTINA ARROLLABLE GALVANIZADA: Cortina en lámina de acero galvanizada calibre 24 lisas, con tapones de seguridad a los extremos de las láminas para evitar que se descarrile de las guías de 5cm, angular inferior calibre 20 y en ¼ con alabas para candado (ojos de candado) y tubo industrial redondo de 4" de diametro en 1.80mm para ejes con mecanismo. MEDIDA 6.50m de ancho x 2.50m de alto. -MOTOR PARA CORTINA: con placa de 40cm, KJ 400 U, alimentación 110 V, cubierta de motor con una aleación de aluminio solido, soporta cortinas de 400 Kg, velocidad del rodillo 6.2 m/m, botonera de 3 funciones, receptora con 2 controles, trabaja sin resortes. En ausencia de corriente eléctrica puede operar manualmente.	1	665.000,00	665.000,00
		Total		
Nombre	Firma	Cedula	Fecha	
Aceptacion y Formalizacion de la Cotización	Declaro y acepto que los precios y condiciones aqui descritas son satisfactorias. Igualmente acepto que el plazo de entrega será efectivo a partir de la fecha en que se haya pagado el monto del adelanto correspondiente. Autorizo a PORTONES TIQUICIA S.A. para que proceda segun oferta. El pago se realizará segun lo acordado.			

Anexo 7 Cotización de materiales para construcción.



Luis Guzman Fuentes
Ced: 2-0434-0337
Teléfonos 2433-3447 / 2433-8408 fax 2433-4150
Email: materialesguzman@gmail.com
El Coyol de Alajuela Local #1 y Local #2

PRO-02664

Fecha 20/10/2014 15:34:15
Validez de 2 días
Vendedor: Luis Carlos Gutiérrez Arc

Cliente: CARLOS HERNAN DURAN MORA
Teléfono: -
Dirección: -

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNIT	%DES	VALOR
PVC-015	PVC TUBO POTABLE 12mm 1/2 SCH40 P/G 8 m	2.00	2,455.75	0.00	4,911.50
PVC-167	PVC CODO LISO 90° 12mm. 1/2 CAÑERIA	4.00	88.50	0.00	354.00
PP	LLAVE CHORRO PP C/ROSCA #79-110 1/2	1.00	2,964.60	0.00	2,964.60
PVC-071	PVC TUBO CONDUIT 12mm. 1/2"	5.00	411.50	0.00	2,057.50
P1102	TICINO DOMINO AVANT PULSADOR P1102 P/TIMBR	2.00	1,513.27	0.00	3,026.54
P1228	TICINO/TOMA DOMINO AVANT DOBLE POLARIZ. // P	5.00	1,976.11	0.00	9,880.55
1110032	LAMINA DUROCK 12mm 4X8 1.22X2.44m (permabase)	8.00	12,376.11	0.00	99,008.88
CARGAS	FLETE	1.00	3,000.00	0.00	3,000.00
1120630	POSTE STUD 2 1/2 X 10 FT 3.05M	8.00	1,486.73	0.00	11,893.84
1120760	CANAL TRACK 2 1/2 X 10 FT 3.05M	8.00	938.05	0.00	7,504.40
PP090	PUERTA INTERNA PINO 090x210	1.00	30,030.97	0.00	30,030.97
-----ULTIMA LINEA-----					



Luis Guzman Fuentes
Ced: 2-0434-0337
Teléfonos 2433-3447 / 2433-8408 fax 2433-4150
Email: materialesguzman@gmail.com
El Coyol de Alajuela Local #1 y Local #2

PRO-02656

Fecha 14/10/2014 15:58:55
Validez de 2 días
Vendedor: Jorge Arce Loria

Cliente: CARLOS DURAN MORA
Teléfono:
Dirección: 0/

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNIT	%DES	VALOR
BL12	BLOCK TIPO 12 X 20 X 40	200.00	318.58	0.00	63,716.00
T7272150	TUBO INDUS. CUADRADO 72 X 72 mm 1.50 3 X 3 X 1.	18.00	12,092.92	0.00	193,486.72
M1001200-4	MADERA 1x12x4v FORMALETA	6.00	5,000.00	0.00	30,000.00
M100200-3	MADERA 1x2x3v	5.00	590.91	0.00	2,954.55
V0038	VARILLA DEFORMADA #3 x 6m // 3/8"	10.00	1,630.00	0.00	16,300.00
VL014	VARILLA LISA #2 1/4"	6.00	650.00	0.00	3,900.00
205000	CEMENTO SANSON UG USO GENERAL 50 KGMS.	30.00	5,718.81	0.00	171,504.30
DMP900	DISCO 9 METAL 230 X 3 X 22.23 mm PREMIUMFLEX	3.00	1,269.91	0.00	3,809.73
SOL332	HILCO SOLDADURA PUNTO ROJO 6013 3/32	3.00	3,915.93	0.00	11,747.79
123018	ALAMBRE NEGRO RECOCIDO DE 1.68mm #16	3.00	787.61	0.00	2,362.83
35	PIEDRA CUARTA	6.00	12,831.66	0.00	76,991.16
-----ULTIMA LINEA-----					

MATERIALES PARA CONSTRUCCION ARPE (SALA)
Tel: 441-3131 / Fax: 441-3004

Fecha19/10/2014
Página 1
Proforma 0085598

P R O F O R M A

Cliente...: 2001

CARLOS DURAN MORA

Dirección:

Vendedor: 021

Código	Cantidad	Descripción	Unitario	Total
C-0925	60.00 MTR	CERAM FUSSION BLANCO 33X33	4,568.50	275,310.00 G
220707	30.00 SAC	PEGAM 307 PLUS 20KG LATIC	3,433.63	103,008.90 G
210707	6.00 UND	FRAG INT. C/ARE GRIS CLR 2KG	1,027.23	6,163.38 G
010027	1.00 UND	INOD ECOLINE BLANCO 5LTR	33,274.34	33,274.34 G
020091	1.00 UND	LAV ECOLINE BLANCO 8/LOZA	12,203.54	12,203.54 G
481936	1.00 UND	LLAVE LAV SENC TW	3,309.73	3,309.73 G
08061152	1.00 UND	DESAGUE CROMADO P/LAV. INCESA	2,623.89	2,623.89 G
080004	1.00 UND	SIFON PISO PVC 1 1/2 X 1 1/4	1,061.95	1,061.95 G
100091	1.00 UND	PILA FIBRA DOBLE 1.40X68X27	77,522.12	77,522.12 G
481229	2.00 UND	LLAVE CONTROL ESC 1/2X1/2 CUA	2,650.44	5,300.88 G
480141	1.00 UND	TUBO ABASTO 1/2 X 1/2 16" FLU	2,300.88	2,300.88 G
480140	1.00 UND	TUBO ABASTO 1/2 X 7/8 X 16" F	2,256.64	2,256.64 G
080071	1.00 UND	SOPORTE DOBLE P/ LAV METAL	845.13	845.13 G

Anexo 8 Cotización de cajones plásticos

CAJA PALMARES CALADA
COD. 0115910
LARGO 55,5 CM, ANCHO 38 CM, ALTO 33 CM
CAPACIDAD 30 KG
VARIEDAD DE COLORES



hsalas@plastimexsa.com
Herson 6055-9698

<p>CAJA PALMARES CALADA COD. 0115910 LARGO 55,5 CM, ANCHO 38 CM, ALTO 33 CM CAPACIDAD 30 KG VARIEDAD DE COLORES</p>  <p>hsalas@plastimexsa.com Herson 6055-9698</p>	<p>CAJA COBAN CALADA COD. 010234010 LARGO 75 CM, ANCHO 45 CM, ALTO 33 CM CAPACIDAD 30 KG</p> 	<p>PEREIRA CALADA COD. 010220304 LARGO 75 CM, ANCHO 45 CM, ALTO 33 CM CAPACIDAD 30 KG</p> 	<p>GOAMTE CALADA COD. 011592001 LARGO 75 CM, ANCHO 45 CM, ALTO 33 CM CAPACIDAD 30 KG</p> 
---	---	--	---

Aprovechá estos precios

Ingresá a www.gollotienda.com y aprovechá los precios. Ingrese aqui



Information

Título Cajas Plasticas

Precio ₡3,503

Descripción

cajas plasticas de todo tamaño, somos fabricantes directos, caja palmares gigante, caja marta, caja monterrey, caja chapala, caja palmares calada, caja colima, y mucho mas, exelentes precios mayoristas y servicio de entrega a todo el país.

Anexo 9

Salarios mínimos según Ministerio de Trabajo.

Acomodador (cines, teatros, etc)	TNC	€	9.321,97	Dealer (Distribuidor de cartas)	TNC	€	9.321,97	Guillotiniista (Electrónica programable)	TE	€	12.176,40
Agente de Aduana o Vapores	TES	€	18.896,53	Demostador (Display)	TNC	€	9.321,97	Hojalatero	TC	€	10.323,59
Agente de Ventas *	TGC	€	314.636,91	Demostador-Vendedor	TNC	€	10.136,99	Horneador (Horno Electrónico program)	TSC	€	10.136,99
Albañil	TC	€	10.323,59	Dependiente	TSC	€	10.136,99	Hornero	TC	€	10.323,59
Alisterador Automotriz (lilador)	TSC	€	10.136,99	Dependiente Café Internet	TSC	€	10.136,99	Inspector de Cámaras	TE	€	12.176,40
Analista de Computación (Sin título)	TES	€	18.896,53	Despachador Agencia Aduana, Vapores	TE	€	12.176,40	Instructor de Bailes Populares	TC	€	10.323,59
Aplanchador (plancha tipo casera)	TNC	€	9.321,97	Diagramador en Artes Gráficas	TE	€	12.176,40	Jardinero (Crear Jardines)	TC	€	10.323,59
Aplanchador con Equipo de Vapor	TC	€	10.323,59	Diibujante en Artes Gráficas	TE	€	12.176,40	Jefe de Cocina (Chef)	TE	€	12.176,40
Analista de Crédito *	TGC	€	314.636,91	Dibujante de Ingeniería, Arquitectura *	TGC	€	314.636,91	Jefe de Salones (Maitre)	TE	€	12.176,40
Asistente de Abogacía *	TEG	€	353.333,69	Diplomad	TC	€	10.323,59	Joyero	TC	€	10.323,59
Asistente de Auditoría *	DES	€	438.862,37	Diplomado Parauniversitario *	DES	€	438.862,37	Laboratorista Civil	TC	€	10.323,59
Asistente de Consultorio Médico	TC	€	10.323,59	Diplomado Universitario *	DES	€	438.862,37	Laboratorista Clínico	TC	€	10.373,59
Asist. Domicilio/Ancianos (visitas especiales)	TE	€	12.176,40	Ebanista	TE	€	12.176,40	Lacquerador (Muebles y Similares)	TC	€	10.323,59
Auxiliar Agente de Aduana, Vapores	TE	€	12.176,40	Educador Aspirante sin Título *	TEG	€	353.333,69	Lavador de Cabello	TNC	€	9.321,97
Auxiliar de Contabilidad *	TGC	€	314.636,91	Electricista	TC	€	10.323,59	Lavador de Carros	TNC	€	9.321,97
Auxiliar Dental	TE	€	12.176,40	Electromecánico	TE	€	12.176,40	Levantador de Texto (Artes Gráficas)	TE	€	12.176,40
Ayudante de Cocina	TSC	€	10.136,99	Empacador, Etiquetador	TNC	€	9.321,97	Licenciado Universitario *	Lic.	€	597.349,03
Ayudante de Mecánico general	TSC	€	10.136,99	Empleado de Despacho	TSC	€	10.136,99	Limpador de Tanques Sépticos	TC	€	10.323,59
Ayudante de Operario, Construcción	TSC	€	10.136,99	Empleada Doméstica *	TE	€	165.015,84	Lintopista (Artes Gráficas)	TC	€	10.323,59
Bachiller Universitario *	TSC	€	10.136,99	Encargado (indica acomodo parqueo)	TNC	€	9.321,97	Liquidador Agencia Aduana, Vapores	TE	€	12.176,40
Baqueano	TSC	€	10.136,99	Encargado de Limpieza en Pisos	TNCG	€	278.207,67	Llantero	TSC	€	10.136,99
Barrender (Cocinero)	TC	€	10.323,59	Enc. Mantenim. Correctivo Cóputo	TE	€	12.176,40	Llocutor de Radioemisor	TE	€	12.176,40
Bodeguero (Encargado) *	TSCG	€	299.307,89	Enc. Mantenim. Preventivo Cóputo	TC	€	10.323,59	Llocutor de Televisión	TES	€	18.896,53
Bodeguero (Peón)	TNC	€	497.773,80	Encargado de poner Discos (Disjockey)	TNC	€	9.321,97	Luminotécnico TV	TES	€	18.896,53
Boletero	TSC	€	10.136,99	Encargado de Limpieza en General	TNC	€	9.321,97	Maestro de Obras (Construcción)	TE	€	12.176,40
Boletero *	TGC	€	314.636,91	Encargado de Cámaras Frigoríficas	TC	€	10.323,59	Mancuistas, Maquillador	TC	€	10.323,59
Cajista de Artes Gráficas	TE	€	12.176,40	Encargado Mantenimiento Edificios	TC	€	10.323,59	Maquinista de Embarcaciones	TC	€	10.323,59
Calderero (Operador de Caldera)	TE	€	12.176,40	Encorador de Carros	TNC	€	9.321,97	Marinero	TNC	€	9.321,97
Calderista (Mantenimiento)	TE	€	12.176,40	Encuademador - Empastador	TE	€	12.176,40	Masajista	TC	€	10.323,59
Camarógrafo de Prensa	TES	€	18.896,53	Encuademador en Rústica	TSC	€	10.136,99	Mecánico General	TC	€	10.323,59
Cantante de Música Popular	TC	€	10.323,59	Encuademador en Rústica	TSCG	€	299.307,89	Mecánico Precisión	TE	€	12.176,40
Cantirero	TC	€	10.136,99	Endereizador Automotriz	TC	€	10.323,59	Mecánico Máquinas de Coser Industrial	TE	€	12.176,40
Capitán de Embarcación	TE	€	12.176,40	Engrasador de Autos	TSC	€	10.136,99	Mecánico de Máquinas de hacer Telas	TE	€	12.176,40
Carricero Empleado Despacho	TSC	€	10.136,99	Ensamblador de Computadoras	TSC	€	10.136,99	Misceláneo *	TNCG	€	278.207,67
Carricero Destazador	TC	€	10.323,59	Envasador Manual	TNC	€	9.321,97	Misceláneo en Hogares Tercera Edad	TNC	€	9.321,97
Carpintero	TC	€	10.323,59	Esparador de Plaguicidas (6hrs)	TNC	€	9.321,97	Montacarguista	TSC	€	10.136,99
Carpintero *	TGC	€	314.636,91	Estampador en Textil (Serigrafía)	TE	€	12.176,40	Mensajero *	TC	€	9.321,97
Carpintero *	TC	€	10.323,59	Esteticista	TE	€	12.176,40	Multicallador en Radioemisor	TE	€	12.176,40
Chapulero	TC	€	10.323,59	Estibador por Caja de Banano	TE	€	1.27	Niñera, excepto en el Hogar del Niño	TNC	€	9.321,97
Chequeador Agenc Aduana, Vapores	TE	€	12.176,40	Estibador por Movimiento	TE	€	337,72	Niñera en el Hogar del Niño	€165.015,84		
Chequeador de Buses	TNC	€	9.321,97	Estilista	TC	€	10.323,59	Oficial de Mesa (panadería)	TC	€	10.323,59
Chofer de Bus (no cobrador)	TC	€	10.323,59	Florista	TC	€	10.323,59	Oficinista (General) *	TSCG	€	299.307,89
Chofer de Trailer	TE	€	12.176,40	Fontanero	TC	€	10.323,59	Operador de Cabina de Radioemisor	TC	€	12.176,40
Chofer de Vehículo Liviano	TSC	€	10.136,99	Fotocopiador (Centro fotocopiado)	TSC	€	10.323,59	Operador de "Araña" (Serigrafía)	TC	€	10.323,59
Chofer de Vehículo Pesado	TSC	€	10.136,99	Fotógrafo de Prensa	TE	€	12.176,40	Operador de Carrusel	TC	€	10.323,59
Chofer-Cobrador de Bus	TE	€	12.176,40	Fotomecánico de Artes Gráficas	TE	€	12.176,40	Operador de Computación	TE	€	12.176,40
Cobrador de Buses	TNC	€	9.321,97	Fotomontador (Artes Gráficas)	TE	€	12.176,40	Operador de Draga	TE	€	12.176,40
Cobrador *	TGC	€	299.307,89	Fresador (Metalmeccánica)	TE	€	12.176,40	Operador de Grúa Estacionaria	TE	€	12.176,40
Cocinero	TC	€	10.323,59	Fumigador (Doméstica)	TSC	€	10.136,99	Operador de Máquina de Lavar Ropa	TC	€	10.323,59
Confección Muestras de Ropa	TE	€	12.176,40	Fundidor	TC	€	10.323,59	Operador de Maquinaria Pesada	TC	€	10.323,59
Conserje	TNCG	€	278.207,67	Futbolista Primera División	TE	€	12.176,40	Operador de Máquinas en General	TC	€	10.323,59
Contador Privado *	TNC	€	329.717,05	Futbolista Segunda División	TC	€	10.323,59	Operador de Planta Transm. Radio	TC	€	10.323,59
Contador Privado *	DES	€	438.862,37	Gondolero	TNC	€	9.321,97	Operador de Prensa Rotativa	TES	€	18.896,53
Contador Privado *	Bach.	€	497.773,80	Graduado del INA *	TMED	€	329.717,05	Operador de Radio-Taxi	TC	€	10.323,59
Contador Privado *	Lic.	€	597.349,03	Guarda *	TGC	€	299.307,89	Operador de Escogedoras de Café	TC	€	10.323,59
Cortador de tela	TC	€	10.323,59	Guarda Custodio Valores-Portavalores	TGC	€	314.636,91	Operador Escaner separador colores	TES	€	18.896,53
Costurero Pizzas, Prendas a Máquina	TE	€	12.176,40	Gula Turístico	TC	€	10.323,59	Operario en Construcción	TC	€	10.323,59
Costurera (Modista)	TE	€	12.176,40	Guillotiniista (Guillotina Eléctrica)	TC	€	10.323,59	Orfeador a Mano	TNC	€	9.321,97
Counter (Vendedor de Pasajes) *	TGC	€	314.636,91								

Panadero	TC	€	10.323,59
Parrillero	TSC	€	10.136,99
Pastelero	TC	€	10.323,59
Pedimentador Aduana, Vapores	TE	€	12.176,40
Peinadora	TC	€	10.323,59
Peón Agrícola Labores Livianas	TNC	€	9.321,97
Peón Agric. Labores Pesadas (6 hrs.)	TNC	€	9.321,97
Peón de Bodegas Frias	TC	€	10.323,59
Peón de Camión Distribuidor	TNC	€	9.321,97
Peón de Carga y Descarga	TNC	€	9.321,97
Peón de Construcción	TNC	€	9.321,97
Peón de Jardín	TNC	€	9.321,97
Peón en General	TNC	€	9.321,97
Periodista *	€	735.693,88	
Pilero (Lavador de Platos)	TNC	€	9.321,97
Pintor Automotriz	TE	€	12.176,40
Pintor de Brocha Gorda	TC	€	10.323,59
Pistero	TSC	€	10.136,99
Pizzero (Cocina Pizzas Preparadas)	TSC	€	10.136,99
Portero *	TNCG	€	278.207,67
Preñista de Artes Gráficas	TE	€	12.176,40
Preparador documentos, Ag. Aduana	TE	€	12.176,40
Programador de Computación	TE	€	12.176,40
Programador en Radioemisor	TE	€	12.176,40
Proveedor *	TGC	€	314.636,91
Quemador de Marcos (Serigrafía)	TE	€	12.176,40
Quemador de Planchas	TE	€	12.176,40
Recamara	TNC	€	9.321,97
Recepcionista *	TSCG	€	299.307,89
Reclutador de docu, Ag. Aduana	TE	€	12.176,40
Recolectores de Café Cajuela	€	887,58	
Recolectores de Coyal	Kilo	€	29,18
Relojero	TC	€	10.323,59
Repartidor de Cargas Livianas	TNC	€	9.321,97
Repartidor-Propagandista	TNC	€	9.321,97
Repositor	TC	€	10.323,59
Sabanero	TNC	€	9.321,97
Salinero	TNC	€	9.321,97
Sastre (Prendas a la Medida)	TE	€	12.176,40
Secretaria *	TGC	€	314.636,91
Secretaria *	TMED	€	329.717,05
Secretaria *	DES	€	438.862,37
Secretaria *	Bach	€	497.773,80
Secretaria *	Lic	€	597.349,03
Selista (Artes Gráficas)	TC	€	10.323,59
Servicio Doméstico *	TE	€	165.015,84
Soldador (Soldaduras Especiales)	TE	€	12.176,40
Soldador en General	TC	€	10.323,59
Tapicero	TC	€	10.323,59
Taxista 30% Entradas Brutas (ó si se interrumpe el Servicio)	€	11.023,86	
Talleres Dentales (Operarios)	TC	€	10.323,59
Técnico de Educación Superior *	TedS	€	406.339,98
Técnico en Aire Acondicionado	TC	€	10.323,59
Técnico en Aparatos Ortopédicos	TES	€	18.896,53
Técnico en Lentes de Contacto	TES	€	18.896,53
Téc. Refrigeración Doméstica-Indust.	TES	€	18.896,53
Técnico en Registros Médicos *	TGC	€	314.636,91
Técnico Mq. Coser Ind. Especiales	TES	€	18.896,53
Técnico Medio Educ. Diversificada *	TMED	€	329.717,05

Técnico Reparación Audio y Video	TES	€	18.896,53
Técnicos en Salud *	TEdS	€	406.339,98
Tejedora Manual de Prendas, Muebles	TC	€	10.323,59
Telefonista *	TSCG	€	299.307,89
Tornero en Madera	TC	€	10.323,59
Tornero en Metal	TE	€	12.176,40
Tractorista (Oruga o Llanta)	TC	€	10.323,59
Tramitador - Abridor Aduanal	TSC	€	10.136,99
Vagonetero	TC	€	10.323,59
Verdulero	TSC	€	10.136,99
Zapatero	TC	€	10.323,59

Estos salarios contienen un incremento de **4,22%** para TNC, así como para las categorías de salarios a destajo y servicio doméstico, un **4,09%** para TSC, un **4,00%** para TC; todos del artículo 1°, incisos A y B del respectivo Decreto y de un **2,35%** para el resto de categorías, con relación a los salarios mínimos del periodo anterior.

Para efectos de los Salarios Mínimos el instrumento para la clasificación de ocupaciones son los Perfiles Ocupacionales aprobados por el Consejo Nacional de Salarios. De conformidad con ellos se ha elaborado esta guía ilustrativa que contiene algunas ocupaciones clasificadas por Personal Técnico del Departamento de Salarios, en el entendido de que se basan en las tareas típicas conocidas, por lo que un puesto determinado podría tener una clasificación distinta según sus características y responsabilidades específicas.

Esta lista está disponible en: www.mtss.gu.cr

Para consultas laborales llama gratuitamente:

800 TRABAJO
800 872 22 56

MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL DEPARTAMENTO DE SALARIOS

Lista de ocupaciones clasificada por el personal técnico del Departamento

SALARIOS MÍNIMOS

PARA EL SECTOR PRIVADO
SEGUNDO SEMESTRE 2014

Decreto N°38520-MTSS, publicado en La Gaceta N°135 Alcance Digital N° 35 del 15 de julio del 2014. Rige 1° de julio del 2014.

SIGLAS Y SALARIOS MÍNIMOS:

TNC: Trabajador no Calificado	€	9.321,97
TSC: Trabajador Semicalificado	€	10.136,99
TC: Trabajador Calificado	€	10.323,59
TE: Trabajador Especializado	€	12.176,40
TNCG: Trabajador no Calificado Genéricos	€	278.207,67
TSCG: Trabajador Semicalificado Genéricos	€	299.307,89

Anexo 10

Guía básica para Abrir un Negocio



GUÍA BÁSICA PARA ABRIR UN NEGOCIO CÁMARA DE COMERCIO DE COSTA RICA

La Cámara de Comercio de Costa Rica por medio del departamento de asesoría técnica pone a disposición la siguiente guía básica, en la cual se explica de una manera sintetizada los trámites básicos para la instalación formal de empresas en Costa Rica.

Para cada trámite se presenta su descripción y otros aspectos considerados relevantes. Este documento es una síntesis del que se encuentra en la página Web <http://www.tramites.go.cr/manual>, la cual permite acceder la legislación y reglamentación completa.

El procedimiento que se debe de realizar con el fin de abrir un negocio en el país consta de nueve pasos. Claramente esto está sujeto a que los productos que se pretende comercializar mantengan estándares básicos y de las características propias de cada empresa.

PASO 1: INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA ANTE EL REGISTRO NACIONAL

La empresa puede operar bajo dos opciones como persona física (cédula o pasaporte) o como persona jurídica, la cual se explica a continuación;

1. Inscripción de la empresa como persona jurídica (domiciliada en Costa Rica)

La empresa puede optar por inscribir a su empresa como una sociedad anónima, de responsabilidad limitada, como comandita simple o sociedad en nombre colectivo, dependiendo de las características propias de la empresa.

Se debe de presentar una escritura pública ante el Registro Mercantil, con el fin de registrarla y obtener un número de identificación (cédula jurídica). Se debe de constituir ante un notario una escritura pública, conforme con los requisitos del Artículo 18 del Código de Comercio, la cual solicita la expedición de la cédula jurídica. Para constituir la sociedad deben comparecer como mínimo dos personas.

Es responsabilidad del notario que elabora la escritura, previo a su elaboración o al menos antes de su presentación al Registro:

- a. Verificar que no esté ya inscrito el nombre propuesto para la sociedad.
- b. Hacer un estudio de registro para los casos en que se aporten bienes muebles o inmuebles registrables como parte del capital social.

- c. Publicar en el Diario Oficial La Gaceta (Imprenta Nacional), el edicto de síntesis de la constitución de la sociedad.
- d. Pagar en el Banco de Costa Rica o en las agencias o sucursales en todo el país, los timbres o derechos de registro, según el Artículo 2 de la Ley de Aranceles del Registro Público.
- e. Completos los requisitos a, b, c, y d debe presentarse al Registro Mercantil, la escritura pública, el comprobante del pago de timbres y la razón notarial que indique que el edicto fue enviado a publicar, señalando el número de la boleta que la Imprenta Nacional emitió como constancia.

Los pasos a y b deben ser realizados por un notario. Los pasos c, d y e (en lo referente a la presentación en el Registro) pueden ser realizados por el notario o bien por el interesado. La duración de este proceso oscila entre los 15 a 30 días. No existe plazo legal establecido para este trámite.

2. Inscripción de la empresa como una sucursal de una sociedad domiciliada en el extranjero

Cuando corresponda, se puede optar por crear una sucursal de una sociedad, o designar un apoderado. Para la constitución de la sucursal y/o nombramiento de un apoderado en el país, en la escritura pública deben contemplarse los requisitos de los Artículos 226 y 232 del Código de Comercio.

El pago de los derechos de inscripción y la duración del proceso sigue el mismo criterio que para la constitución de una sociedad mercantil con domicilio en Costa Rica.

Inscripción de una marca y nombre comercial

Luego de inscribir la empresa en el registro público se debe de inscribir la marca y el nombre comercial, lo cual se describe a continuación;

Previo a la presentación de la solicitud de inscripción al Registro de la Propiedad Industrial, debe hacerse un estudio de novedad para determinar si existen distintivos iguales o similares que se hayan registrado y, se encuentren vigentes en la misma clase.

Se tiene que llevar el formulario respectivo debidamente firmado por el solicitante o representante y la firma autenticada por notario, o una solicitud que contenga:

- Datos de identificación del solicitante, de la personería, o ambos, en los casos que se amerite y que lo facultan para actuar en nombre de una sociedad o entidad colectiva.
- Indicación del país de origen del distintivo, ubicación de las fábricas u oficinas donde se fabrican, comercializan, distribuyen, o prestan los bienes o servicios que se desean proteger o, en el cual se ubica el establecimiento comercial.
- Identificación de los bienes, servicios o giro comercial a proteger y su ubicación conforme a la clasificación internacional.
- Identificación de reservas de colores cuando corresponda.
- Identificación, descripción, o ambas, del distintivo de la marca que se quiere proteger.
 - Si se trata de marcas gráficas o mixtas debe describirse el distintivo de la marca que se solicita y acompañarla de 15 muestras de diseño, en un tamaño máximo de 10 por 10 cm.
 - Si es un distintivo de marca formulado solo por elementos nominativos, no debe presentarse descripción ni diseños.
- Adjuntar los documentos que acrediten la titularidad o adopción del distintivo solicitado así como los que acrediten la existencia, titularidad y giro comercial de quién lo solicita.
- Indicar un lugar para notificaciones.
- El pago de los timbres de registro puede realizarse con la presentación de la solicitud o posteriormente.
- El Registro de la Propiedad Industrial, examina la solicitud y determina el cumplimiento de requisitos, en los siguientes 15 días naturales.
 - Si los requisitos no están completos, el Registro notifica al solicitante las omisiones o errores, para que en un plazo de 15 días hábiles el interesado rectifique.
 - Si el interesado rectifica la solicitud a tiempo, el Registro lo vuelve a examinar.

- Si no la rectifica o lo hace fuera de tiempo, entonces la solicitud se archiva.
- El Registro confecciona un edicto para oír oposiciones de terceros. Esto debe publicarse en La Gaceta 3 veces consecutivas y suspende el procedimiento por 2 meses calendario, a partir de la primera publicación.
 - Si no hay oposiciones, se registra en alrededor de 15 días naturales.
 - Si hay oposiciones, se le da oportunidad de defensa al solicitante por un mes calendario y el Registro resuelve. La resolución del Registro es apelable ante la Sección Tercera del Tribunal Contencioso Administrativo, el cual tarda en resolver aproximadamente 6 meses.
- Los derechos de Registro adicionales por la expedición del certificado de Registro del distintivo del caso, deben cancelarse en cualquiera de las agencias del Banco de Costa Rica.
- Concluido el caso, el Registro emite un certificado de registro del distintivo. El proceso tarda 4 meses y medio como mínimo. Esto es si no hay oposiciones y, suponiendo que los documentos estaban completos en el momento de la presentación y que no se requirieron correcciones.

PASO 2: DETERMINAR EL TIPO DE EMPRESA

En la actualidad existen algunos sectores empresariales que contemplan procesos específicos; entre los que se destacan las empresas turísticas y exportadoras, las cuales se detallan a continuación;

1. Empresas Turísticas

- a. La empresa debe de considerar si se va a ubicar físicamente en la Zona Marítimo Terrestre (ZMT) o no.
- b. Se debe de considerar si el terreno donde se va a construir está o no sujeto a concesión. Para saber si el terreno está o no sujeto a concesión, debe verificarse en el Registro de la Propiedad Inmueble, o en la municipalidad respectiva. Luego si existe una concesión vigente sobre el terreno, se debe de revisar los derechos de una concesión ya existente o se trata de una concesión nueva.

- c. Luego se debe de considerar si se requiere solicitar Incentivos Turísticos, tanto los incentivos fiscales como los no fiscales. Las empresas pueden solicitar incentivos turísticos de índole fiscal o no fiscal. Los primeros están amparados por la Declaratoria Turística, mientras que los segundos por el Contrato Turístico. Si la empresa decide optar por incentivos no fiscales, debe solicitar la Declaratoria Turística ante el ICT. Si la empresa decide optar por incentivos fiscales, debe de obtener primero la Declaratoria Turística y luego el Contrato Turístico.
- d. Se debe de determinar si los derechos de una concesión existen actualmente, por lo cual se debe de verificar si los usos autorizados para la concesión coincidan con el uso propuesto para el proyecto por realizar, si se requiere cambiar el uso o no por lo que debe de suscribir un contrato donde se ceden los derechos de concesión e inscribirlo en el Registro General de Concesiones.
- e. Luego de determinar si se debe de realizar los trámites para una concesión para una nueva Zona Marítimo Terrestre, el interesado debe de cumplir con:
 - Declaratoria de zona de aptitud turística o no del ICT.
 - Demarcatoria o amojonamiento de la Zona pública.
 - Plan regulador costero.
 - Solicitud de Concesión en la Zona Marítimo Terrestre ante la Municipalidad.

2. Empresas Exportadoras (Regímenes Especiales)

Si la empresa desea instalarse en el país bajo un Régimen Especial de Exportación, se debe de decidir a cual tipo de Régimen Especial de Exportación desea ingresar, entre los que se destacan:

a. Régimen de Zona Franca

El Régimen de Zona Franca es el conjunto de incentivos y beneficios que el Estado otorga a las empresas que realicen inversiones nuevas en el país, siempre y cuando cumplan con los demás requisitos y obligaciones establecidos en su Ley y reglamentos. Está regulado por la Ley de Régimen de Zona Franca, N° 7210.

El régimen de zona franca se otorga solamente a aquellas empresas cuya inversión inicial mínima en activos fijos es de U.S. \$ 150.000 o su equivalente en moneda local. En este caso las empresas deberán ubicarse dentro de un parque industrial de zona franca. La

inversión inicial en activos fijos deberá ser de U.S.\$ 2 millones para poder acogerse al régimen e instalarse fuera de un parque industrial de zona franca.

Pueden calificar para este régimen, las empresas, que cumplan con las características del Artículo 17 de la Ley de Régimen de Zona Franca, N° 7210 y sus reformas, a saber:

- Industrias procesadoras de exportación que producen, procesan o ensamblan para la exportación o reexportación.
- Empresas comerciales de exportación, no productoras, que simplemente manipulan, reempacan o redistribuyen mercaderías no tradicionales y productos para la exportación o reexportación.
- Industrias y empresas de servicios que los exporten a personas físicas y jurídicas, domiciliadas en el exterior o que los provean a compañías beneficiarias del Régimen de Zonas Francas; siempre y cuando, en este último caso, los servicios estén directamente vinculados con el proceso de producción de las compañías beneficiarias del Régimen de Zonas Francas.
- Empresas administradoras de parques destinados a la instalación de empresas, bajo el Régimen de Zonas Francas.
- Empresas o entidades que se dediquen a la investigación científica para el mejoramiento del nivel tecnológico de la actividad industrial, agroindustrial y del comercio exterior del país.
- Empresas que operen astilleros y diques secos o flotantes para la construcción, reparación o mantenimiento de las embarcaciones.

No podrán acogerse a este régimen, las entidades bancarias, financieras y aseguradoras. Si así lo desea puede pedir información adicional al respecto.

b. Régimen de Perfeccionamiento Activo

Pueden calificar para este régimen, aquellas empresas exportadoras de mercancías que han sido sometidas en Costa Rica a procesos de transformación, reparación, reconstrucción, montaje, ensamblaje o incorporadas en aparatos de mayor complejidad tecnológica y funcional o utilizadas para otros fines análogos.

PASO 3: DETERMINAR SI SE REQUIERE CONSTRUIR

Si la empresa requiere construir se debe de determinar si la construcción requiere alguno de estos requisitos:

1. Estudio de Prediseño.
2. Evaluación ambiental ante la Secretaría Técnica de Evaluación Ambiental (SETENA).
3. Visado de planos y permisos de construcción.

PASO 4: INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA COMO CONTRIBUYENTE TRIBUTARIO

Esta inscripción la requieren todas las personas que realicen una o más actividades económicas. Este trámite se debe de gestionar en cualquier oficina de las Administraciones Tributarias ubicadas en todo el país.

a. Inscripción de la empresa como contribuyente tributario

Para este efecto, debe completarse la fórmula D-140. Los requisitos generales, así como los específicos por actividad, según correspondan, se presentan a continuación.

Requisitos generales:

- i. Presentar el formulario D-140 "Declaración de Inscripción, Modificación de Datos y Desinscripción, Registro Único de Contribuyentes" completo, sin tachones ni borrones.
- ii. Si el trámite lo solicita una persona física, entonces debe presentar la cédula de identidad en original y fotocopia simple; o bien una fotocopia certificada por un notario público.
- iii. Si el trámite es solicitado por una persona jurídica, entonces debe presentar:
 - Cédula Jurídica, en original y fotocopia simple; o bien una fotocopia certificada por un notario público.
 - Certificación de personería jurídica, emitida por el Registro Público o por un notario público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición. En ella debe acreditarse la vigencia de la representación legal así como el tipo de actuación –conjunta o separada – y el poder que ostenta – generalísimo con o sin límite de suma, general, u otro.

- Cédula de identidad del representante legal, en original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por un notario público.
- iv. Si el trámite es solicitado por una persona extranjera, ésta debe presentar su pasaporte, cédula de residencia permanente o temporal, carné diplomático o de misión internacional u otro documento de identificación vigente, en original y fotocopia simple; o bien una fotocopia certificada por notario público.

Adicionalmente, se deben cumplir los siguientes requisitos específicos según la actividad.

Inscripción de representantes legales de personas jurídicas o físicas.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
a. Hojas detalle de "Información representante legal y otros" debidamente completas.	Una hoja por cada representante legal.
<ul style="list-style-type: none"> • Cédula de identidad del gestor. 	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.
<ul style="list-style-type: none"> • Certificación de personería jurídica. 	<p>Emitida por el Registro Público o Notario Público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición.</p> <p>En ella se debe acreditar la vigencia de la representación legal, así como el tipo de actuación –conjunta o separada– y poder que ostenta el apoderado (generalísimo con/sin límite de suma, general, etc).</p>
Si se trata de un representante de una persona física, se debe presentar el poder original otorgado por el contribuyente o, en su defecto, una fotocopia certificada notarialmente.	

Inscripción de sociedades de hecho.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
a. Hojas detalle de "Información Representante Legal y otros".	Debidamente completas por cada uno de los socios fundadores, una hoja por representante legal.
<ul style="list-style-type: none"> • Cédula de identidad de cada socio fundador. 	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.
<ul style="list-style-type: none"> • Leyenda. 	En el espacio seguido de firma y sello de la Administración, deberá incluirse lo siguiente: "Nosotros los firmantes, hacemos constar bajo fe de juramento, que somos todos los socios fundadores de la sociedad de hecho que figura como contribuyente de esta declaración."

Inscripción de agencias y sucursales.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
1. Si se trata de sociedades no inscritas en el Registro Tributario, debe adjuntar:	Una hoja por cada representante legal.
1. La hoja detalle de "Información representante legal y otros".	Debidamente completas, indicando el número de sucursal que se registra.
<ul style="list-style-type: none"> • Cédula Jurídica. 	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.
2. Si se trata de sociedades inscritas:	
<ul style="list-style-type: none"> • La hoja detalle de "Información representante legal y otros". 	Debidamente completas, indicando el número de sucursal que se registra.

Inscripción de varias actividades económicas.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES
La hoja detalle de "Información representante legal y otros".	Debidamente completas, indicando el número de actividad económica que se registra.

GUÍA BÁSICA PARA ABRIR UN NEGOCIO

CÁMARA DE COMERCIO DE COSTA RICA

Inscripción de empresas individuales de responsabilidad limitada.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
La hoja detalle de "Información Representante Legal y otros".	Debidamente completas por cada uno de los socios fundadores.
Cédula de identidad.	De cada uno de los socios fundadores o sus legítimos sucesores, en original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.

Inscripción de salas de juego o casinos.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Autorización o explotación de salas de juego o casino.	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.

Inscripción de imprentas (servicios de litografía y tipografía).	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Patente municipal.	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.

Inscripción de asociaciones o fundaciones sin fines de lucro.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Declaratoria de Utilidad Pública por parte del Ministerio de Justicia y Gracia.	Si la entidad la posee, debe presentar la publicación del decreto en La Gaceta o la resolución ministerial, en original y fotocopia simple o fotocopia certificada por notario público.

Inscripción de empresas beneficiadas con régimen de zona franca: exportadores o productores.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Contrato de exportación aprobado por PROCOMER o el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público.
Acuerdo Ejecutivo mediante el cual se publica el otorgamiento del contrato.	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público. Debe constar la fecha y número de La Gaceta en que se publicó.

Inscripción de registro de proveedores de cajas registradoras.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES
Manual o instructivo del modelo de la caja registradora por autorizar.	En original y fotocopia simple, o bien en fotocopias certificadas
Muestra del ticket que se extiende al cliente.	En original y fotocopia simple, o bien en fotocopias certificadas

Inscripción de fideicomisos y fondos de inversión.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Certificación de personería jurídica.	Emitida por el Registro Público o Notario Público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición. En ella debe acreditarse el ente administrador del fideicomiso o fondo de inversión.
Contrato de Fideicomiso o Fondo de Inversión (o Administración) de Capital.	En original o fotocopia simple, o bien una fotocopia certificada por el ente administrador.

Inscripción de condominios y centros comerciales.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Certificación de la designación del administrador del Condominio o gerente del Centro Comercial.	De Registro Nacional (Inmueble o Mercantil) o por notario público.

Inscripción por fusión con otras sociedades.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES
Cédula jurídica de la sociedad que prevalece.	En original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por notario público. Esto no se requerirá si la sociedad ya está inscrita en el Registro Tributario.
Certificación de personería jurídica.	De Registro Nacional (Mercantil) o por Notario Público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición. En ella debe acreditarse la fusión realizada, indicando expresamente la sociedad que prevalece así como las sociedades involucradas en la fusión.

Inscripción en régimen simplificado de las personas con actividad lucrativa.	
REQUISITO	ANOTACIONES ESPECIALES.
Solicitud de inscripción en Régimen de Tributación Simplificado.	Debidamente completo.

b. Legalización de los libros contables

Los requisitos para realizar este trámite adecuadamente son:

- i. Formulario D-406 con el sello de tramitado por la Dirección de Tributación.
- ii. Formulario "Solicitud Legalización de Libros" completo.
- iii. Presentar el juego de libros que corresponda en cada caso.
- iv. Aportar los timbres correspondientes:
 - Para la legalización de cada libro contable: ₡125 colones en Timbre Fiscal y ₡25 colones en Timbres del Colegio de Contadores Privados.
 - Para legalización de cada libro legal: ₡25 colones en Timbres del Colegio de Contadores Privados.

Se debe de presentar el formulario F406 "SOLICITUD DE LEGALIZACIÓN O REPOSICIÓN DE LIBROS, DECLARACIÓN JURADA", el original firmado por el representante legal y una fotocopia (para persona jurídica) y si es persona física, firmado por el interesado y una fotocopia.

Si se trata de una sociedad inactiva debe indicarse tal situación en la sección "Actividad". Cuando no se presente el representante legal o el interesado, debe presentarse una autorización con la firma autenticada por un notario público.

Se presenta el Formulario D-140 (inscripción como contribuyente tributario), con el sello de recibido del Registro de Contribuyentes, según Resolución N° 12-97 de la Dirección General de Tributación.

Llevar los libros que correspondan según el tipo de empresa (detallados posteriormente), con los timbres adheridos.

El funcionario de ventanilla procede a revisar y se deja el juego de libros para que sean sellados y foliados. Se entregan 8 días después.

PASO 5: INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS (INS)

Conforme al Código de Trabajo, el patrono debe asegurar a sus empleados por riesgos del trabajo. Para ello debe suscribir una póliza en el Instituto Nacional de Seguros (INS). La póliza debe estar suscrita al inicio de operaciones y estar vigente durante la operación.

Para suscribir la Póliza de Riesgos del Trabajo, el interesado debe dirigirse a las oficinas centrales o sucursales del INS, a una agencia comercializadora de seguros o bien a un agente de seguros autorizado. En el momento de suscribir la póliza, la empresa queda automáticamente registrada como patrono en el INS.

Una vez suscrita la póliza, el patrono debe remitir al INS, mensualmente, un estado de planillas indicando: nombre y apellidos de los trabajadores, días y horas laborados y los salarios pagados. Este trámite puede hacerse electrónicamente en la página: <http://www.portal.ins-cr.com>.

El incumplimiento de esta obligación puede generarle al patrono serias sanciones. Por ejemplo, cubrir todas las prestaciones médicas y económicas en que el INS incurriría si alguno de los trabajadores no reportados sufriera un accidente; o la suspensión temporal o el cierre del establecimiento.

Requisitos;

- i. Fotocopia de la cédula jurídica (en caso de persona jurídica) o cédula de identidad en (caso de persona física).
- ii. Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal (en caso de persona jurídica).
- iii. Presentar el Formulario de Inscripción.

Se debe de traer el formulario completo. Dicho formulario requiere un detalle de la planilla de la empresa (nombre del trabajador, ocupación, número de cédula, salario y forma de pago semanal, quincenal, u otro).

Una vez completa la fórmula, se presenta a la ventanilla del INS (Oficinas Centrales o Sucursales), a una empresa comercializadora de seguros o ante un agente de seguros. El funcionario del INS o agente procede a valorar el caso, define la tarifa y calcula la prima. El formulario es trasladado a revisión y autorización y finalmente se emite el recibo. Todos estos pasos se realizan en el mismo momento y tardan en conjunto cerca de 20 minutos.

Con dicho recibo, el solicitante debe ir y cancelar en la caja de pago dentro del INS. Retornar al departamento, entregar la copia del recibo cancelado y retirar los documentos de la póliza. Cuando el trámite se realiza a través de un agente o agencia comercializadora de seguros, se les cancela directamente a ellos. La agencia comercializadora o agente emiten un recibo provisional, y posteriormente, una vez que éstos realizan la cancelación en el INS, le entregan al cliente, el recibo formal y definitivo.

PASO 6: INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA ANTE LA CAJA COSTARRICENSE DEL SEGURO SOCIAL (CCSS)

Conforme la legislación costarricense, el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS.

La inscripción patronal y el aseguramiento de los trabajadores deben hacerse dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados.

Una vez inscrito, el patrono debe remitir las planillas en los 3 días hábiles de cada mes, con la información del mes anterior. El pago de las planillas debe efectuarse a más tardar en la fecha que indique el comprobante de pago. De acuerdo con la Ley de Protección al Trabajador N°

7983, el pago de las cuotas debe realizarse como máximo 20 días naturales después del cierre mensual establecido por ley. De incumplir con esta obligación se incurre en las siguientes sanciones:

- Recargo por presentación tardía de un 2% sobre el monto total de las cuotas obrero-patronales, correspondientes a las cotizaciones de enfermedad y maternidad (Reglamento del Seguro de Salud, Artículo 70).
- Recargo por mora que consiste en un 2% progresivo por cada mes o fracción hasta un máximo de 24%, sobre las cuotas de enfermedad y maternidad (Reglamento del Seguro de Salud, Artículo 70).
- Recargo por mora para las cuotas de invalidez, vejez y muerte, que consiste en un 1% durante los primeros quince días de atraso y de un 2% progresivo por cada mes o fracción hasta un máximo de 24% (Reglamento de Invalidez, Vejez y Muerte, Artículo 38).
- Multa de 3 salarios base por no pago de la cuota patronal (Ley Orgánica de la CCSS, Artículo 44).
- Cierre del establecimiento cuando exista una mora por más de dos meses (Ley Orgánica de la CCSS, Artículo 44).
- Acusación ante los Tribunales de Justicia por retención indebida, pudiendo incurrir en las sanciones establecidas en el artículo 216 Código Penal.

Inscripción como patrono;

- En el caso de personas físicas, presentar una fotocopia de la cédula de identidad.
- En el caso de personas jurídicas, se deben aportar fotocopias de la cédula jurídica, de la cédula de identidad del representante legal y de la escritura de constitución, dirección exacta del representante legal y de los miembros de la sociedad. Además, certificación notarial o registral de la personería jurídica.
- Lista de empleados, indicando nombre completo del trabajador, cédula de identidad, número de asegurado (si lo tiene), salario bruto, fecha de inicio, ocupación, horario y jornada.
- Recibo de electricidad del lugar donde va a operar la empresa para verificar la dirección.
- Si el trámite no es efectuado personalmente por el patrono o el representante legal, lo puede realizar otra persona, pero debe presentar adicionalmente una carta de autorización, autenticada por un notario público.

El interesado se presenta a las oficinas centrales de la CCSS o sucursales, de acuerdo con la ubicación del centro de trabajo o centro administrativo de la empresa. Debe aportar, todos los documentos para que el funcionario le llene el formulario (boleta de inscripción patronal). El interesado también podrá llevar completa la boleta de inscripción patronal. En este caso, el funcionario deberá cotejar la información y asignar el número de registro patronal. El interesado no debe llenar las casillas de uso de la oficina y deben aportarse todos los requisitos.

En fecha posterior, un inspector se apersonará en la empresa, con el fin de verificar los datos suministrados anteriormente por el patrono, y si se detectara cualquier diferencia con la información suministrada, ésta será responsabilidad del patrono y, el servicio de inspección aplicará las medidas correctivas que correspondan. Esta inspección no es un requisito previo para inscribirse como patrono, sino que es posterior a dicha inscripción.

Se remite la boleta de inscripción patronal y planilla ordinaria a la sección de facturación. La sección de facturación emite la planilla preelaborada para el patrono, la oficina de planillas distribuye la planilla preelaborada al patrono.

El patrono puede cancelar el pago de las planillas en el Banco Crédito Agrícola de Cartago, en el Banco Nacional, en el Banco de Costa Rica y en cualquiera de las oficinas de la CCSS. Posterior a la entrega de documentos se pide la Póliza de Riesgos del Trabajo. Las cargas sociales a cubrir son:

CARGAS SOCIALES RECAUDADAS POR LA CCSS MEDIANTE COBRO DE PLANILLAS.		
COTIZACIONES	PATRONO (%)	TRABAJADOR (%)
REGÍMENES QUE ADMINISTRA LA CCSS		
Seguro Enfermedad y Maternidad	9.25	5.50
Seguro Invalidez, Vejez y Muerte	4.75	2.50
TOTAL	14.00	8.00
OTRAS INSTITUCIONES		
Banco Popular y de Desarrollo Comunal 1/	0.50	1.00

GUÍA BÁSICA PARA ABRIR UN NEGOCIO CÁMARA DE COMERCIO DE COSTA RICA

Asignaciones Familiares	5.00	-
Instituto Mixto de Ayuda Social	0.50	-
Instituto Nacional de Aprendizaje 2/	1.50	-
Fondo de Capitalización 3/	1.00	
Pensión Complementaria Obligatoria 4/	0.50	
TOTALES	23.00	9.00

1/ El 50% se destina a la Pensión Complementaria Obligatoria.

2/ La cotización del INA se calcula de la siguiente manera: 1.5% sobre el total de salarios, para las planillas con 5 o más trabajadores; 0.5% para las planillas en actividad agropecuaria con más de 10 trabajadores.

3/ El aporte al Fondo de pensiones es independiente al Fondo de Capitalización. Según el Transitorio VIII de la Ley de Protección al Trabajador N° 7983, el aporte es gradual. Se inicia con un 1% el primer año de entrada en vigencia de dicha ley (a partir de marzo de 2001). Se continúa con un 2% el segundo año y un 3% a partir del tercero. Los patronos que lo deseen pueden pagar porcentajes superiores o la totalidad del 3% desde la entrada en vigencia del sistema.

4/ El porcentaje definido por la ley mencionada es de un 1.5%. Según el Transitorio VII de la Ley de Protección al Trabajador N° 7983, se establece un 1.25% durante el primer año de vigencia y un 1.5% durante el segundo año. El porcentaje de un 0.5% es recaudado por la CCSS y el porcentaje restante es recaudado por el INS. (0.75 el primer año y 1.00% el segundo año).

PASO 7: SOLICITAR LOS PERMISOS SANITARIOS DE FUNCIONAMIENTO ANTE EL MINISTERIO DE SALUD

Las actividades o establecimientos agropecuarias, industriales, comercio o de servicio y aquellas actividades que por disposición requieren de permisos sanitarios para operar en el territorio nacional sujetas a tal trámite, así como los requerimientos y plazos de vigencia, están definidos en el Decreto Ejecutivo N° 33240 y sus reformas y el Reglamento de Registro Sanitario de Establecimientos Regulados por el Ministerio de Salud N° 32161 y sus reformas. Para efectos de la obtención de un permiso sanitario de funcionamiento los establecimientos o actividades se clasifican en tres categorías según su nivel de riesgo ambiental y sanitario: A (riesgo alto); B (riesgo moderado) y C (riesgo bajo).

De conformidad con el Decreto Ejecutivo No. 33240-S, "Reglamento General para el otorgamiento de permisos sanitarios de funcionamiento del Ministerio de Salud", publicado en La Gaceta No 161 del 23/08/2006, para otorgar los permisos los administrados o interesados, independientemente del grupo de riesgo (A, B o C) al que la actividad o establecimiento pertenezca, deben cumplir con las siguientes condiciones y requisitos previos:

Los únicos requisitos que pueden solicitarse son los enunciados en el artículo 8 del indicado reglamento, los cuales serán rendidos mediante Declaración Jurada;

1. Uso de suelo.
2. Permiso de ubicación.
3. Visado de planos del proyecto.
4. Viabilidad (Licencia) Ambiental.
5. Autorización de Conexión al Alcantarillado Sanitario.
6. Servicio profesional o regencia, cuando alguna ley especial lo requiere según el tipo de actividad o establecimiento.
7. Permiso de ubicación y funcionamiento para calderas otorgado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, cuando la actividad o establecimiento utilice calderas.

La veracidad de estos requisitos se realizará mediante la inspección efectuada de manera posterior al otorgamiento del Permiso Sanitario de Funcionamiento por la autoridad de salud, con excepción del requisito 4) y 5), que de acuerdo al Voto No. 2005-07288 de la Sala Constitucional de Costa Rica establece:

El permiso sanitario de funcionamiento es un subcomponente del Estudio de Impacto Ambiental que es un instrumento más amplio. De este modo, la competencia del Ministerio de Salud complementa las tareas de la SETENA al analizar el Estudio de Impacto Ambiental. Recuérdese que en esta materia, la Ley Orgánica del Ambiente es de una norma carácter especial y posterior a la Ley General de Salud, por lo que prevalece sobre ésta. Así las cosas, no puede entenderse que la actuación del Ministerio de Salud y de la SETENA sean independientes y autónomas, sino que el permiso sanitario de funcionamiento debe ser interpretado como una consecuencia del Estudio de Impacto Ambiental y de la planificación general del proyecto. La misma tesis es aplicable al permiso de ubicación de obras o de industrias previsto por el artículo 300 de la Ley General de Salud.

GRUPO A (ALTO RIESGO)

En este Grupo A se encuentran aquellas actividades o establecimientos que por sus características representan o pueden representar un riesgo potencial en forma permanente a la salud de las personas o al ambiente; ya sea por su naturaleza, materias primas, productos intermedios o finales, almacenamiento, maquinaria, equipos y sistemas empleados en la faena, así como por sus procesos, desechos o número de trabajadores, de animales o por áreas de extensión o cobertura.

GRUPO B (RIESGO MODERADO)

Establecimientos o actividades de riesgo moderado son aquellas actividades o establecimientos que por sus características representan un peligro potencial moderado para la salud de las personas o el ambiente; ya sea por su naturaleza, materias primas, productos intermedios o finales, almacenamiento, maquinaria, equipos y sistemas empleados en sus faenas, así como por sus procesos, desechos o número de trabajadores, de animales o por áreas de extensión o cobertura.

GRUPO C (BAJO RIESGO)

En este Grupo C se encuentran los establecimientos o actividades de riesgo bajo, las cuales son aquellas actividades o establecimientos que por sus características, materia prima, procesos, productos y servicios, no representan una amenaza significativa a la salud de las personas y presentan bajo impacto al ambiente.

En el caso en particular de los establecimientos clasificados en el Reglamento General para el Otorgamiento de Permisos de Funcionamiento como tipo C (riesgo bajo), deben cumplir con las siguientes condiciones y requisitos previos, presione aquí. Las actividades clasificadas dentro de este grupo están exoneradas de presentar planes de salud ocupacional, emergencias y de desechos. Excepto, los establecimientos que alberguen más de 50 personas (trabajadores o clientes) deben tener un plan de Emergencias debidamente implementado dada la responsabilidad que dictan las leyes. El Ministerio de Salud podrá solicitarlo en caso de denuncia, controles o monitoreos o se compruebe técnica y legalmente y los requiere para mejor condiciones de trabajo. Se debe cancelar el servicio correspondiente.

PASO 8: SOLICITAR LA PATENTE MUNICIPAL

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

En virtud de la autonomía municipal, el trámite y requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otra municipalidad, conforme a su legislación y disposiciones

administrativas. Con independencia de la heterogeneidad de estos trámites para la obtención de patentes, es común que las municipalidades soliciten los siguientes requisitos.

1. Presentación de una certificación de la personería y cédula jurídica, o una copia de estas certificada por abogado, cuando el interesado es una persona jurídica.
2. Copia de la cédula de identidad por ambos lados, en el caso de personas físicas. Cuando el interesado es extranjero, usualmente se solicita una certificación del Departamento de Migración y Extranjería donde se demuestre que tiene residencia permanente autorizada en el país.
3. Copia del permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud vigente, en los casos que proceda, según el Reglamento General para el Otorgamiento de Permisos Sanitarios de Funcionamiento del Ministerio de Salud, Decreto Ejecutivo N° 33240-S. y sus reformas
4. Contrato de la póliza de riesgos del trabajo y recibo cancelado, en los casos que proceda.
5. Uso de suelo o certificado de uso de suelo, que según el Artículo 28 de la Ley de Planificación Urbana y el Código Municipal, lo otorga la misma municipalidad.
6. El solicitante y dueño de la propiedad deben estar al día con el pago de sus impuestos municipales, por tanto usualmente se les solicita aportar las constancias respectivas.

PASO 9: REGISTRO DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS

1. Registro de Alimentos

Toda persona, física o jurídica que desee fabricar, comercializar, importar y distribuir alimentos de nombre determinado y marca de fábrica y materias primas alimentarias que se comercialicen en el territorio nacional, deberá estar previamente inscritos en el Ministerio de Salud ya sea en el Registro de Notificación de Materias Primas, el Registro Sanitario de Alimentos o el Registro de Importadores de Alimentos.

Los productores, fabricantes, importadores y comercializadores de materias primas y aditivos alimentarios deberán notificarlos por una sola vez, mediante formularios oficiales, para su autorización. En el caso de los aditivos, solamente se permiten los incluidos en las listas del Codex Alimentarius y del Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos de América; además, para los compuestos aromatizantes, se permitirán todos aquellos incluidos en las listas FEMA (Asociación Internacional de Extractos y Saborizantes).

Cualquier persona física o jurídica que fabrique, comercialice, importe y distribuya alimentos debe obtener previamente su Registro. Solo podrán registrarse alimentos que hayan sido elaborados en establecimientos que cuenten con permiso de funcionamiento al día o en caso de ser importados que sean de libre venta en el país de origen. La inscripción no excluirá la responsabilidad plena de las personas físicas o jurídicas que hayan fabricado, elaborado o importado el alimento en cuanto a su garantía sanitaria, calidad nutritiva o inocuidad.

Se exceptúan del registro los alimentos importados temporalmente, las muestras sin valor comercial, las materias primas y los aditivos alimentarios; sin perjuicio de los controles que ejercen las autoridades de salud sobre este tipo de productos. Aquellos productos que se clasifiquen como precursores o sustancias químicas esenciales, deberán acatar la normativa vigente para este tipo de productos.

Para el registro de productos alimenticios el interesado deberá presentar en un fólder debidamente identificado (nombre de la empresa y el nombre del producto), con índice y páginas numeradas, la información que se señala a continuación:

Para productos alimenticios de fabricación nacional

- Formulario de solicitud de registro completo y legible, firmado por el representante legal de la empresa.
- Permiso de funcionamiento vigente.
- Etiqueta original o proyecto de etiqueta para aquellos productos que no hayan salido al mercado. Las etiquetas de los alimentos para regímenes especiales deben presentar la declaración del valor nutritivo del producto.
- En el caso de bebidas alcohólicas elaboradas en el país la concesión otorgada por la Fábrica Nacional de Licores.
- Pago del arancel fijado para el registro.
- En caso de personas jurídicas la certificación vigente de personería jurídica.

Para productos alimenticios importados

- Formulario de solicitud de registro completo y legible, firmado por el representante legal de la empresa.
- Certificado de la autoridad de salud o autoridad competente, que el producto tiene libre venta y uso en el país de origen, debidamente consularizado por la respectiva autoridad

consular costarricense. Podrá incluir uno o varios productos y no deberá tener una antigüedad superior a dos años desde su emisión. En caso de que el certificado venga en idioma diferente al español debe venir acompañado de la respectiva traducción oficial.

- Etiqueta original en el caso de que se encuentre en un idioma diferente al español, debe además presentar la traducción oficial. El etiquetado de los alimentos para regímenes especiales deben además presentar la declaración del valor nutritivo del producto. En caso de que la etiqueta esté impresa directamente sobre el envase, se debe presentar el original y una copia.
- Pago del arancel fijado para el registro
- Certificación vigente de personería jurídica en caso de personas jurídicas

En el caso de que los productos ya se encuentren registrados y vayan a ser importados por personas físicas o jurídicas distintas al titular de dicho registro, el interesado deberá cumplir con lo siguiente:

- Registrarse como importador de alimentos, para lo cual debe presentar el formulario oficial por duplicado dentro de un fólter junto con el comprobante de entrega.
- Adjuntar el Comprobante de pago del arancel de cada producto establecido para el respectivo registro.

En el caso de que existan distribuidores autorizados por el titular registral debidamente inscrito, estos quedan exentos del Registro de Importadores; siempre que dicho titular haya indicado previa y expresamente las personas físicas y/o jurídicas, que ostenten tal calidad.

2. Registro de Importadores de Productos de Origen Animal

Toda persona, física o jurídica, que importe animales, productos, subproductos y derivados de origen animal, frescos o congelados, sin procesar o mínimamente procesados destinados para consumo humano y/o uso industrial, deberá previamente estar inscrito en este Registro de de importadores de la Dirección de Salud Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Aquellos importadores que se encuentren inscritos en los siguientes registros únicamente deberán indicar, por medio de una declaración jurada rendida ante el Departamento de Cuarentena Vegetal de la Dirección de Salud Animal, que se encuentran con la inscripción vigente ante uno de los siguientes registros, con lo cual solo deberá de señalar el número de código asignado quedando exentos del pago de canon.

- Registro de Medicamentos Veterinarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- Registro de materias primas, premezclas y alimentos para animales del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- Registro sanitario de alimentos y notificación de la materia prima del Ministerio de Salud.

3. Registro de Importadores de Productos de Origen Vegetal

Toda persona, física o jurídica, que importe vegetales o productos de origen vegetal, con fines de distribución y/o comercialización, dentro del territorio nacional, deberá estar inscrita en el Registro de Importadores del Servicio Fitosanitario del Estado, a cargo de la Gerencia Técnica de Cuarentena Vegetal.

Se debe de presentar una solicitud de inscripción que incluya el tipo o tipos y calidades de productos a importar. Original y copia o copia certificada de la cédula de identidad o jurídica, según se trate de una persona física o jurídica. Original y copia o copia certificada del permiso de funcionamiento. Certificación expedida por la Caja Costarricense de Seguro Social indique que no se encuentra en mora en el pago de sus obligaciones. Certificación extendida por la Administración Tributaria de estar al día, en el pago de todo tipo de impuestos nacionales.

4. Registro de Medicamentos

Toda persona, física o jurídica, que importe, fabrique, manipule, comercie o use medicamentos, requerirá previamente su registro ante la Dirección de Registros y Controles del Ministerio de Salud.

5. Registro de Cosméticos

Toda persona, física o jurídica, que importe, fabrique, manipule, comercie o use Cosméticos, requerirá previamente su registro ante la Dirección de Registros y Controles del Ministerio de Salud. Para la inscripción en el registro deberá cumplir con lo que señala esta sección.

Antes de usar el sistema cada empresa registrante debe presentarse a las oficinas del Ministerio de Salud, en la ventanilla de Atención al Cliente con un documento legal que indique el nombre completo y cédula del representante legal de la empresa así como el nombre completo y cédula de cada una de las personas que trabajan para la empresa registrante y van a ser usuarios del sistema.



GUÍA BÁSICA PARA ABRIR UN NEGOCIO

CÁMARA DE COMERCIO DE COSTA RICA

En este mismo documento deberá aparecer el nombre completo y cédula de la persona que retira los usuarios, pines y contraseñas de acceso al sistema, en caso que no puedan presentarse cada uno a registrarse. Lo recomendable es que cada usuario se presente a hacer su registro como usuario del sistema.

Anexo 11
Resolución 2370-2004 SETENA.

Ministerio de Ambiente y Energía
Secretaría Técnica Nacional Ambiental
SETENA

Teléfono: 234-3367-234-3368 Fax: 225-8862
Apartado Postal 5258-1000 San José

Resolución N° 583-2008-SETENA

EL MINISTERIO DE AMBIENTE Y ENERGIA, LA SECRETARIA TECNICA NACIONAL AMBIENTAL, A LAS 12 HORAS 30 MINUTOS DEL 13 DE **MARZO DEL 2008.**

ACUERDO COMISION PLENARIA
MODIFICACION DE LA RESOLUCION
N. 2370-2004-SETENA

Conoce esta Secretaría de la resolución N° 2370-2004 del 07 de diciembre del 2004, relacionada con las actividades que no requieren ser sometidas a evaluación ante la SETENA.

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que de conformidad con la Constitución Política, el artículo 28 de la Ley Orgánica del Ambiente y demás legislación ambiental vigente, las Municipalidades tienen la obligación de exigir el cumplimiento de las regulaciones ambientales en su territorio.

SEGUNDO: Que existe una serie de actividades, obras o proyectos que provocan un impacto ambiental potencial muy bajo, que según las condiciones técnicas expuestas en el presente Acuerdo, deberán cumplir únicamente con el trámite administrativo ante las Municipalidades, para lo cual paralelamente, deberán cumplir con los reglamentos específicos que regulan la actividad sometida a aprobación.

TERCERO: Que está vigente el Código de Buenas Prácticas Ambientales publicado mediante el Decreto Ejecutivo No. 32079-MINAE, que orienta el accionar básico de cualquier actividad, obra o proyecto desde el punto de vista ambiental.

CUARTO: Que en virtud de la normativa vigente la competencia de SETENA se circunscribe a la evaluación de aquellas actividades que podrían generar impacto ambiental de significancia baja, mediana o alta.

QUINTO: Que cualquier Municipalidad, en el trámite del permiso municipal que gestiona el desarrollador de la actividad, obra o proyecto que genere muy bajo impacto ambiental, enlistado en este acuerdo, debe ordenar el cumplimiento de los términos del Código de Buenas Prácticas Ambientales, como forma de garantizar el derecho constitucional a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado.

**POR TANTO
LA COMISIÓN PLENARIA ACUERDA:**

En sesión Ordinaria N° 37-2008 de esta Secretaría, iniciada el **12 de MARZO del 2008**, en el Artículo No. 03 acuerda:

En virtud de la competencia otorgada por Ley a esta Secretaría, se emite el siguiente acuerdo respecto a la evaluación ambiental para actividades, obras o proyectos que generen **muy bajo impacto ambiental potencial**, para el otorgamiento de los permisos municipales.

Artículo 1.- Objeto del Acuerdo

Definir el trámite de evaluación ambiental para actividades, obras o proyectos, que generen **muy bajo impacto ambiental potencial**, como parte integral de las gestiones municipales.

Artículo 2.-Definiciones

- 1. Actividad obra o proyecto de Muy Bajo Impacto Ambiental Potencial-** Se refiere a las actividades humanas que, cumpliendo lo dispuesto en este Acuerdo, no provocan destrucción o alteración de significancia negativa del ambiente ni generan residuos o materiales tóxicos o peligrosos y no representan una desmejora de la calidad ambiental del entorno en general o alguno de sus componentes en particular.
- 2. Area Ambientalmente Frágil (AAF):** Espacio geográfico que en función de sus condiciones de geopotitud, de capacidad de uso del suelo, de ecosistemas que lo conforman y su particularidad socio-cultural; presenta una capacidad de carga restringida y con algunas limitantes técnicas que deberán ser consideradas para su uso en actividades humanas. También comprende áreas para las cuales el Estado, en virtud de sus características ambientales, haya emitido un marco jurídico especial de protección, resguardo o administración.
- 3. Actividad, obra o proyecto:** Conjunto de acciones necesarias para la planificación, construcción de obras de infraestructura, desarrollo de actividades productivas o de servicios, incluyendo aquellas necesarias para el abandono de la actividad o cierre técnico. Forman parte de este grupo también, las actividades relacionadas con la elaboración de los programas, políticas y planes de ordenamiento territorial o uso de espacios geográficos para desarrollo económico, social, de infraestructura, energético, turístico, minero y urbano, en la medida que los mismos determinan acciones o actividades humanas que alteran o destruyen elementos del ambiente o generan residuos, materiales tóxicos o peligrosos.
- 4. Código de Buenas Prácticas Ambientales (CBPA):** Documento que contiene el conjunto de prácticas ambientales, generales y específicas, que debe cumplir todo Desarrollador, no importa la categoría ambiental en que se encuentre su actividad, obra o proyecto, como complemento de las regulaciones ambientales vigentes en el país. En el mismo se establecen acciones de prevención, corrección, mitigación y compensación que deben ejecutarse a fin de promover la protección y prevenir daños

al ambiente. Este documento debe ser tomado en consideración por el consultor ambiental y el analista responsable de revisar una evaluación de impacto ambiental.

5. **Movimiento de tierras:** Labores de remoción o excavación de suelos que se realizan para aquellas obras, actividades o proyectos, que son parte integral de un proyecto de infraestructura. Cuando el movimiento de tierra consiste en si mismo un proyecto, deberá realizar el trámite establecido en el Decreto Ejecutivo que regule este tema.

Artículo 3.- Requisitos

Para los efectos del presente acuerdo, las actividades, obras o proyectos considerados como de **muy bajo impacto ambiental potencial** son aquellas que reúnen las siguientes condiciones:

1. Que no se localice en un Área Ambientalmente Frágil conforme a lo establecido en el Anexo 3 del Reglamento General sobre los Procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental de EIA.
2. Cuando se trate de una obra de remodelación o mejora sobre una edificación preexistente sin que amplíe el área total de la edificación.
3. Que los desechos sólidos a producir sean recogidos y depositados en los lugares autorizados por la autoridad competente.
4. Que no se produzcan ruidos que superen la norma técnica que establece los límites máximos permitidos por el Ministerio de Salud.
5. Que se trate de la construcción de una edificación, no mayor de 500 metros cuadrados, desarrollada de forma individual, y que cuente con la disponibilidad de todos los servicios básicos.
6. Que se comprometan a aplicar prácticas de gestión ambiental, conforme a lo establecido en las regulaciones ambientales vigentes en el país y con el Código de Buenas Prácticas Ambientales.
7. Que cuente con certificado de uso del suelo conforme.

Artículo 4.- Actividades

Las actividades, obras o proyectos que se incluyen como parte de este Acuerdo son las siguientes:

1. Tapias u obras de contención.
2. Tapia provisional.
3. Cambio de techo.
4. Remodelación o reparación de techo y cielo raso.
5. Remodelación y mejoras de edificaciones existentes que cumplan con los términos de este Acuerdo.
6. Ampliación o remodelación de casa de habitación.
7. Reubicación de batería sanitaria o del sistema de tanque séptico y drenajes.
8. Remodelación o cambio de ventanería.
9. Techado de patio.
10. Construcción de casas de habitación unifamiliar.
11. Construcción de cochera.
12. Instalación y remodelación de verjas y portones.

13. Construcción de cobertizo para vehículo o maquinaria.
14. Construcción de oficinas y locales comerciales.
15. Pintura de edificaciones existentes.
16. Demolición de edificaciones no mayores a 500 m², salvo que se trate de patrimonio histórico arquitectónico o que se encuentre en proceso de declaratoria.
17. Construcción de rampas de acceso.
18. Construcción o mejoras de bajantes y canoas.
19. Construcción o mejoras de aceras.
20. Chorrea y cambio de pisos.
21. Reparación de calles y caminos de acceso ya existentes.
22. Ampliación de corredores en edificaciones.
23. Mantenimiento de jardines, áreas verdes y recreativas para cualquier tipo de edificación.
24. Reparación o mejora de caños de desagüe y otras obras de mejoras hidráulicas para viviendas unifamiliares, edificios u oficinas.
25. Construcción, instalación y operación de tanques sépticos y drenajes para cualquier tipo de edificación (comercial, habitacional o industrial).
26. Instalación, operación y mantenimiento de tanques de almacenamiento de agua para consumo humano y usos agropecuarios.
27. Instalación y mejoras de sistemas de cableado (eléctrico, telefónico, cable o internet) dentro de cualquier edificación.
28. Instalación y mejoras de sistema contra incendio.
29. Reparaciones menores (menores o iguales a 100 metros lineales) en la red sanitaria, red de acueducto y red de aguas pluviales.
30. Instalación, construcción, reparación, operación y mantenimiento de la casetas de bombeo y su equipo, y captaciones en acueductos existentes.
31. Construcción de casetas de agentes de seguridad y vigilancia.
32. Reparación y mantenimiento de caminos internos existentes en fincas.
33. Instalación de industrias, locales comerciales o de servicio en edificaciones existentes.
34. Construcción, remodelación o ampliación de infraestructura para actividades agropecuarias, cuya área de construcción no sea mayor de 1000 metros cuadrados, salvo que exista una regulación específica que establezca lo contrario.
35. Construcción de parqueos de vehículos livianos.
36. Remodelación o construcción de edificaciones para centros educativos en operación.
37. La operación de aserraderos portátiles.
38. Cualquier tipo de construcción amparada a un Decreto de Emergencia.

Artículo 5-. Procedimiento

La gestión ambiental de actividades, obras o proyectos descritos en el artículo 4, deberán realizarse ante la Municipalidad correspondiente. El procedimiento de otorgamiento de permiso, para las actividades enumeradas en este Acuerdo, será definido por cada una de las Municipalidades.

La Municipalidad mantendrá un registro de permisos, el cual podrá ser facilitado a SETENA, previa solicitud.

Artículo 6-. Alcance

Cualquier obra, actividad o proyecto no incluida en este listado, deberá ser presentada ante la SETENA, de acuerdo con el trámite establecido en el Decreto 31849-MINAE-S-MOPT-MAG-MEIC del 28 de junio del 2004 o cualquier otra autoridad competente.

La SETENA tendrá la facultad, previa justificación, de ampliar o modificar la lista del artículo 4, mediante acuerdo de la Comisión Plenaria, lo que deberá ser notificado a las municipalidades de todo el país.

Artículo 7-. Derogatorias

La presente Resolución deja sin efecto la Resolución No. 2370-2004-SETENA del 7 de diciembre del 2004.

Artículo 8-. Vigencia

Rige a partir de la fecha de suscripción. Comuníquese a las todas Municipalidades del país.

Atentamente,

**MLA. TATIANA CRUZ RAMIREZ
SECRETARIA GENERAL
EN REPRESENTACION DE LA COMISION PLENARIA**

En la oficina de la Secretaría Técnica Nacional Ambiental se notificó copia de la Resolución N° <u>583-2008-SETENA</u> de las 12 horas 30 minutos del 13 de MARZO 2008 .
NOTIFIQUESE: A LAS MUNICIPALIDADES
Firma: _____ cédula _____
A las _____ horas y _____ minutos del _____ de _____ del 2008.
Notifica _____

En la oficina de la Secretaría Técnica Nacional Ambiental se notificó copia de la Resolución N°_583-2008-SETENA de las 12 horas 30 minutos del 13 de MARZO 2008.

NOTIFIQUESE:

A LAS MUNICIPALIDADES:

- | | | |
|----|---------------------|--------------------------------|
| 1 | San José | 222-3210 |
| 2 | Escazú | 288-1365 / 289-8313 |
| 3 | Desamparados | 250-0894 / 250-5022 |
| 4 | <u>Puriscal</u> | 416-8885 |
| 5 | <u>Tarrazú</u> | 546-6516 |
| 6 | <u>Aserri</u> | 230-2090 alcalde/ 4692 |
| 7 | Mora | 249-2096 |
| 8 | Goicoechea | 253-1131/253-7946 |
| 9 | Santa Ana | 282-5347 |
| 10 | <u>Alajuelita</u> | 254-6247 |
| 11 | Vásquez de Coronado | 229-2146 |
| 12 | Acosta | 410-3276 |
| 13 | Tibás | 240-6987 |
| 14 | Moravia | 240-8648 |
| 15 | Montes de Oca | 253-5119 / 234-7458 / 234-0852 |
| 16 | <u>Turrubares</u> | 419-0258 - telefax - #1 |
| 17 | Dota | 541-1763 / 1480 |
| 18 | Curridabat | 272-0809 |
| 19 | Pérez Zeledón | 771-2105 |
| 20 | León Cortés | 546-7484 / 546-5565 |
| 21 | Alajuela | 441-6235 |
| 22 | San Ramón | 445-6622 Ext.103 |
| 23 | Grecia | 444-6265 |
| 24 | San Mateo | 428-8367 |
| 25 | Atenas | 446-5040 / 3617 |
| 26 | Naranjo | 451-5959 Ext. 17 |
| 27 | Palmares | 453-1213 telefax / 453-0198 |
| 28 | Póas | 448-5060 telefax / 448-4058 |
| 29 | <u>Orotina</u> | 428-9884 |
| 30 | San Carlos | 460-0393 |

□

Firma: _____ cédula _____

A las _____ horas y _____ minutos del _____ de _____ del 2008.

Notifica _____

En la oficina de la Secretaría Técnica Nacional Ambiental se notificó copia de la Resolución N°_583-2008-SETENA de las 12 horas 30 minutos del 13 de MARZO 2008.

NOTIFIQUESE:

A LAS MUNICIPALIDADES:

31	Alfaro Ruiz	463-3864
32	Valverde Vega	454-1454
33	Upala	470-0087
34	Los Chiles	471-1038
35	Guatuso	464-0065
36	Cartago	551-1057 tele - fax alcalde
37	Jiménez	532-2325
38	La Unión	279-7660
39	Paraíso	574-3185
40	Turrialba	556-0766
42	Alvarado	534-4120
43	Oreamuno	591-1202
44	El Guarco	552-5554
45	Heredia	237-6979 / 237-1035 Consejo
46	Barva	260-2883
47	Santo Domingo	244-4544 / 244-1923
48	Santa Bárbara	269-9368
49	San Rafael	260-0213
50	Belén	293-3667
51	Flores	265-5652 Ext. 112
52	San Pablo	238-1882 Ext. 103
53	Sarapiquí	766-6218 Ext. 329
54	San Isidro	268-2016
55	Liberia	666-1766 Alc. / 666-0044 Concejo
56	Nicoya	685-5089
57	Santa Cruz	680-0629
58	Bagaces	671-1233 / 2058
59	Carrillo	688-8383 / 7255
60	Cañas	669-0559

Firma: _____ cédula _____

A las _____ horas y _____ minutos del _____ de _____ del 2008.

Notifica _____

En la oficina de la Secretaría Técnica Nacional Ambiental se notificó copia de la Resolución N°_583-2008-SETENA de las 12 horas 30 minutos del 13 de MARZO 2008.

NOTIFIQUESE:

A LAS MUNICIPALIDADES:

61 Abangares	662-0147
62 Tilarán	695-5432
63 Nandayure	657-7081
64 La Cruz	679-9292
65 Hojancha	659-9116 / 9036 Ext. 8
66 Puntarenas	661-0150
67 Esparza	635-5074
68 Buenos Aires	730-0235
69 Montes de Oro	639-4041
70 Osa	788-8492
71 Aguirre	777-1275 / 2632
72 Golfito	775- / 0343 / 2038
73 Coto Brus	773-3223 ext.101
74 Parrita	779-9965
75 Corredores	783-3511 / 3918
76 Garabito	643-1157 / 1820
77 Limón	758-0172
78 Pococí	710-7181
79 Talamanca	751-0023
80 Siquirres	768-8004
81 Matina	718-6412 Ext. 105
82 Guácimo	716-6067

Firma: _____ cédula _____

A las _____ horas y _____ minutos del ____ de _____ del 2008.

Notifica _____

Anexo 12
Formularios para solicitud de permisos de construcción.



TRAMITE No. _____

ACTIVIDAD DE CONTROL CONSTRUCTIVO

**SOLICITUD PARA RESOLUCIÓN MUNICIPAL DE
 UBICACIÓN Y USO DE SUELO
 PARA PATENTE**

Nombre del Solicitante o Representante legal:			
Cédula de Identidad:		Firma:	

* Firma debe de ser idéntica a la estampada en cédula de identidad

En caso de Razón Social

Nombre o Razon Social			
Cédula Jurídica:			

DIRECCION EXACTA DEL LOCAL			

Para contactarme al: **Teléfono** _____

Correo Electrónico _____

Otros _____

USO PRETENDIDO

Especifique: _____

RESOLUCION DEL PERMISO DE CONSTRUCCIÓN*		CONSTRUCCION EXISTENTE	<input type="checkbox"/>
---	--	------------------------	--------------------------

*APLICA PARA CONSTRUCCIONES NUEVAS

DATOS DE LA PROPIEDAD

MATRICULA O NUMERO DE FINCA:	2- _____
PLANO CATASTRADO:	A- _____
DISTRITO:	_____

<p>USO EXCLUSIVO CONTROL CONSTRUCTIVO</p> <p>Analista _____ fecha: _____</p> <p>Declaro bajo fe de juramento que verifique la información Registral suministrada por el Solicitante, mediante la página del Registro Público de la Propiedad, www.registracionalajuela.gob.cr.</p> <p>USO EXCLUSIVO SISC</p> <p>FOLIOS: _____</p> <p>LÁMINAS: _____</p>
--



Uso de Suelo para Patente

Plazo de Resolución: Toda Resolución Municipal de Ubicación y Uso de suelo deberá resolverse en el término de diez días naturales contados a partir del día siguiente de su presentación.

En caso de existir razones técnicas justificadas en función de la complejidad del caso, debidamente acreditadas en el expediente la Municipalidad podrá ampliar el plazo por hasta otros diez días, siempre y cuando se amplie antes de su vencimiento y se notifique al administrado.

La Municipalidad podrá solicitar el criterio de otras instituciones o solicitar la ampliación de la información al interesado para tomar la decisión final.

Prevención por faltante de requisitos: La prevención de que falta algún requisito para dar trámite a la solicitud, suspenderá los términos y plazos de resolución de la misma.

Requisitos de Uso de Suelo para Patente

- Solicitud debidamente llena, firmada por el solicitante.
- Copia de la cédula de identidad.
- Fotocopia del plano de catastro del inmueble, legible, sin tachaduras o pegas y sin reducir.

Para Cambio de Uso de Suelo, en Urbanizaciones se debe aportar además:

Escrito autenticado por un abogado donde quede plasmado el consentimiento para realizar la actividad comercial de los propietarios registrales vecinos, comprendidos dentro de un radio de 50 metros medido desde cualquier vértice de la propiedad.

Estudio Registral de las propiedades de los vecinos comprendidos en un radio de 50 metros medidos desde cualquier vértice de la propiedad inmueble. (Podrá ser certificación emitida por el Registro Público o Notario; o impreso de la página del Registro Nacional. En caso de certificaciones deben tener una vigencia de 1 mes.

Copias de las cédulas de identidad o personería jurídica de los propietarios registrales vecinos.

El cambio de Uso de Suelo aplica únicamente para Urbanizaciones cuyos Lotes comerciales se encuentren agotados, según lo estipulado en el artículo IV. 6.4.1, del Reglamento de Construcciones, y cuando la vía que enfrenten no sea menor a 10 metros, según artículo IV. 6.4.3 del Reglamento de Construcciones. Además según el artículo IV. 6.4.2. del Reglamento de Construcciones, se autoriza el cambio de uso en aquellos lotes que enfrentan a vía nacional o a vía principal de la urbanización y que tengan un frente mínimo igual al predominante en la urbanización. De requerirse estacionamiento, éste deberá ubicarse a más de 8 metros de la esquina.

PARA TODOS LOS CASOS, SE DEBE TOMAR EN CUENTA LO SIGUIENTE:

Si el solicitante es una persona jurídica, deberá presentar certificación de la personería de la sociedad propietaria del inmueble con no más de un mes de extendida. Además copia de la cédula de identidad del representante legal.

En caso de USO DE SUELO EXISTENTE NO CONFORME, deberá adjuntarse los documentos que lo demuestren debidamente autenticados por un Abogado.

PARA NOTIFICACIONES:

SE LE SOLICITA AL CONTRIBUYENTE QUE SEÑALE CLARAMENTE UN LUGAR PARA NOTIFICACIONES EN LA PRESENTE BOLETA DE SOLICITUD, POR MEDIO DE UN NÚMERO DE FAX, CORREO ELECTRÓNICO U OTRO MEDIO. ASÍ MISMO INDICAR UN NÚMERO TELEFÓNICO PARA REALIZAR CONFIRMACIONES.

Se le advierte al contribuyente que EN CASO DE NO APORTAR la información antes señalada se tendrá por notificado para todos los efectos una vez transcurrido 24 horas desde la emisión del acto o resolución. Lo anterior, de conformidad con la Ley de Notificaciones Judiciales N° 8687, publicada en la Gaceta del 29 de enero del 2009, artículos 1 y 11. Se producirá igual consecuencia cuando la notificación no se pueda efectuar por el medio señalado, sin que medie culpa de la Administración y tras dejar la constancia respectiva en ese sentido.

FUNDAMENTO LEGAL:

Ver publicación Gaceta 169, miércoles 4 de setiembre del 2002





TRAMITE No. _____

ACTIVIDAD DE CONTROL CONSTRUCTIVO

PERMISO DE CONSTRUCCION PARA VIVIENDA Y OTROS

DATOS DEL PROPIETARIO

Nombre del Propietario o Representante legal:	_____		
Cédula de Identidad:	_____	Firma:	_____

* Firma debe de ser idéntica a la estampada en cédula de Identidad

En caso de Razón Social

Nombre o Razon Social	_____		
Cédula Jurídica:	_____	_____	

El aqui firmante autoriza a los Inspectores Municipales para que ingresen a mi propiedad con el fin de que se realicen las inspecciones correspondientes al permiso de construcción aquí solicitado.

Para notificaciones favor contactarme: Teléfono

Correo Electrónico

Otro

DATOS PROFESIONAL RESPONSABLE

Nombre:	_____		Firma:	_____
Carné CFIA	_____	Teléfono:	_____	_____

* Firma debe de ser idéntica a la estampada en cédula de Identidad

DATOS DE LA PROPIEDAD

MATRICULA O NUMERO DE FINCA:	2- _____
PLANO CATASTRADO:	A- _____
DISTRITO:	_____
Resolución Uso de Suelo número:	_____

TIPO DE OBRA MARQUE CON X

CONSTRUCCION

REMODELACION

AMPLIACION

USO EXCLUSIVO CONTROL CONSTRUCTIVO	
Analista _____	fecha: _____
<small>Declaro bajo fe de juramento que: verifique la información Registral suministrada por el Solicitante, consultando la página del Registro Público de la Propiedad, www.registronacional.go.cr.</small>	
USO EXCLUSIVO SIRC	
FOLIOS: _____	DVD O CD _____
LAMINAS: _____	DVD O CD _____



Permiso de Construcción- Obras

Plazo de Resolución: Toda solicitud de licencia urbanística deberá resolverse en el término de un mes contado a partir del día siguiente de su presentación.

En caso de existir razones técnicas justificadas en función de la dimensión de la obra a construir o de su complejidad, debidamente acreditadas en el expediente, la Municipalidad podrá ampliar el plazo por hasta otro mes, siempre y cuando se amplíe antes de su vencimiento y se notifique al administrado.

Prevenición por faltante de requisitos: La prevenición de que falta algún requisito para dar trámite a la solicitud, suspenderá los términos y plazos de resolución de la misma.

Requisitos Permiso de Construcción para Vivienda:

- Formulario de solicitud de Permiso de Construcción debidamente lleno y firmado por el propietario y por el Profesional Responsable de la Obra.
- Copia de la cédula de entidad del propietario registral.
- Copia del plano catastrado de la propiedad Visado por la Municipalidad sin reducir, nítida, legible y sin pegar.
- Cuando no se haya tramitado de manera digital ante el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos, se deberá presentar 1 copia de los planos constructivos firmados por un profesional responsable, visados por el Colegio Federado Ingenieros y Arquitectos (CFIA) y por el Área Rectora de Salud (Ministerio de Salud), con el visto bueno de Ingeniería de Bomberos cuando aplique, ha indicando en su Sello que no existieron observaciones institucionales. Asimismo se deberá entregar una copia adicional de los planos del proyecto completo en formato digital PDF a escala en CD o DVD, cuando el proyecto sea tramitado de forma Física.
- Declaratoria de Interés social para viviendas de interés social (Ley 7062) cuando apliquen.
- Constancia de pago la Póliza de Riesgos Profesionales emitida por el INS u otros operadores de seguros autorizados, como requisito previo al pago del impuesto del Permiso de Construcción y retiro de la licencia.
- Debe aportar Viabilidad ambiental emitida por SETENA, cuando las obras sobrepasen los 500 m2 de área de construcción.

PARA TODOS LOS CASOS, SE DEBE TOMAR EN CUENTA LO SIGUIENTE:

Si la propiedad cuenta con varios copropietarios, la solicitud deberá ser firmada por todos/as los propietarios y aportar copias de las cédulas respectivas. Si el propietario es una persona jurídica, certificación de la personería de la sociedad propietaria del inmueble con no más de un mes de extendida. Además copia de la cédula de identidad del representante legal. Si hay varios derechos para una finca, se debe tener autorización escrita de los copropietarios. Internamente se verificarán los datos registrales del inmueble (estado registral).

El contribuyente deberá de estar al día con la Declaración de Bienes Inmuebles y el pago de los impuestos municipales. La acción será verificada al recibirse la solicitud.

El Plano Catastro deberá de contar con el visado de la Municipalidad de Alajuela. Se excluyen los Planos Catastrados de Urbanizaciones y Condominios.

Se va verificar también el uso de suelo que permita la realización de la obra o el ejercicio de la actividad pretendida. Se excluyen los Planos Catastrados de Urbanización y Condominios.

En caso de ser patrono, constancia de estar al día con las obligaciones ante la Caja Costarricense de Seguro Social (Art. 74, par. 3, Inc. 1 Ley Const. CCSS). La acción será verificada al recibirse la solicitud.

Visto Bueno del Centro de Cultura y Patrimonio del MJC, cuando el inmueble esté declarado de valor patrimonial.

Estudio Geológico de la propiedad o Criterio de la CNE si la propiedad se encuentra en una zona de riesgo.

El interesado se compromete a cumplir el Reglamento de Seguridad en las Construcciones (25235-MTSS).

- * El Alineamiento será el siguiente
- Frente a carretera nacional: Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT).
- Frente a línea férrea: Instituto de Ferrocarriles (INCOFER).
- Calientes, Arroyos, nacientes y quebradas: Dirección de Urbanismo del INVU.
- Frente a líneas de transmisión: Instituto Costarricense de Electricidad (ICE).
- Frente a pozos, nacientes o humedales: MINAET.
- Frente a poliducto: RECOPE.

Previo a solicitar el permiso de construcción se debe tener construida la acera y el cordón de caño según el artículo 75 del Código Municipal, inciso d, caso contrario se le aplicará la multa indicada en dicho artículo, previa notificación realizada por este Municipio. Este requisito aplica únicamente en casos de ampliaciones o remodelaciones (obras ya existentes).

Concluido el proyecto deberá de dejarse la acera concluida al final de la obra, según las especificaciones que se aportaran en el permiso de construcción.

PARA NOTIFICACIONES:

SE LE SOLICITA AL CONTRIBUYENTE QUE SEÑALE CLARAMENTE UN LUGAR PARA NOTIFICACIONES EN LA PRESENTE BOLETA DE SOLICITUD, POR MEDIO DE UN NÚMERO DE FAX, CORREO ELECTRÓNICO U OTRO MEDIO. ASIMISMO INDICAR UN NÚMERO TELEFÓNICO PARA REALIZAR CONFIRMACIONES.

Se le advierte al contribuyente que EN CASO DE NO APORTAR la información antes señalada se tendrá por notificado para todos los efectos una vez transcurrido 24 horas desde la emisión del acto o resolución. Lo anterior, de conformidad con la Ley de Notificaciones Judiciales N° 8657, publicada en la Gaceta del 29 de enero del 2009, artículos 1 y 11. Se producirá igual consecuencia cuando la notificación no se pueda efectuar por el medio señalado, sin que medie culpa de la Administración y tras dejar la constancia respectiva en ese sentido.

FUNDAMENTO LEGAL:

Ver Publicación de Gaceta N° del de del 2012



Anexo 13 Formularios D-140



DIRECCION GENERAL DE TRIBUTACION

DECLARACION D. 140 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO UNICO TRIBUTARIO

I. Identificación del Contribuyente					01 DOCUMENTO NUMERO
04 Número de cédula, DIMEX o NIT >					
06 Apellidos y nombre (persona física) > Razón social (persona jurídica)					
II. Domicilio Fiscal (ver instructivo)					
07 N° de casa u oficina		08 Calle y Avenida		09 Barrio	
10 Otras señas:				14 Número(s) de teléfono(s)	
11 Provincia		12 Cantón		13 Distrito	
16 Apartado postal		17 Código postal		15 Número de fax	
		18 Correo electrónico			
III. Datos de la actividad económica a realizar (Para registrar más de una actividad económica, suociales, agencias, etc, adjunte la hoja detalle respectiva)					
Descripción de la actividad económica que va a realizar:					
24 Código de la actividad económica (para uso exclusivo de la Administración Tributaria)		25 Fecha de inicio de actividades Día: Mes: Año:		27 Nombre comercial o de fantasía del negocio	
IV. Domicilio exacto del negocio o lugar donde realiza la actividad económica					
Si el lugar donde realiza la actividad económica o del negocio es igual al domicilio fiscal (Cuadro I.), marque esta casilla con una "X" <input type="checkbox"/>					
28 N° de casa u oficina		29 Calle y avenida		30 Barrio	
31 Otras señas:				35 Número(s) de teléfono(s)	
32 Provincia		33 Cantón		34 Distrito	
				36 Número de Fax	
V. Información del representante legal (En caso de más representantes, adjunte la hoja detalle respectiva)					
Representante 1					
Número de cédula, DIMEX o NIT >			Apellidos y Nombre		
Provincia		Cantón		Distrito	
Otras señas				Número de teléfono	
Apartado postal		Código postal		Número de fax	
Representación: Conjunta <input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/>		Correo Electrónico:			
Poder con que actúa					
Representante 2					
Número de cédula, DIMEX o NIT >			Apellido y Nombre		
N° de casa u oficina		Calle y avenida		Barrio	
Otras señas				Número de teléfono	
Provincia		Cantón		Distrito	
Apartado postal		Código postal		Número de Fax	
Representación: Conjunta <input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/>		Correo Electrónico:			
Poder con que actúa					
VI. Información de apoderado(s) (En caso de más apoderados, adjunte la hoja detalle respectiva)					
Número de cédula, DIMEX o NIT >			Apellidos y Nombre		
Provincia		Cantón		Distrito	
Otras señas				Número de teléfono	
Apartado postal		Código postal		Número de fax	
		Correo Electrónico:			
Poder con que actúa					
Para uso exclusivo de la Administración Tributaria					88
IX. Obligaciones Tributarias o Impuestos					Fecha de inscripción
					Firma del funcionario y sello
Impuesto sobre las ventas					
Contribuyente sistema tradicional				54 <input type="checkbox"/>	
Declarante y/o exento				62 <input type="checkbox"/>	
Impuesto sobre la Renta					
Contribuyente				65 <input type="checkbox"/>	
Declarante y/o exento				69 <input type="checkbox"/>	
Régimen de Tributación Simplificada					
Impuesto sobre las ventas				60 <input type="checkbox"/>	
Impuesto sobre la renta				67 <input type="checkbox"/>	
Otros impuestos o registros:					
Nuestros servicios son gratuitos					

Original: Administración Tributaria

Copia: Contribuyente

Anexo 14 Formulario póliza riesgos del trabajo



INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS
Departamento de Riesgos del Trabajo

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

Número Póliza:

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

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

Capítulo XI: Apéndices.

Apéndice 1

Conceptos básicos de mercadeo.

<u>Termino</u>	<u>Concepto</u>
Necesidad	Estado de carencia percibida. (p. 6)
Deseos	Forma que adopta una necesidad humana moldeada por la cultura y la personalidad. (p. 6)
Mercado	Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. (p. 7)
Administración de las relaciones con el cliente	El proceso general de establecer y mantener relaciones rentables con los clientes al entregarles más valor y mayor satisfacción. (p. 12)
Satisfacción del cliente	Grado en el que el desempeño percibido de un producto coincide con las expectativas del consumidor. (p. 13)
Participación del cliente	Porción de la compra del cliente que una compañía obtiene en sus categorías de productos. (p.20)
Planeación estratégica	Proceso de crear y mantener una concordancia estratégica entre las metas y las capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing cambiantes. (p. 38).
Declaración de misión	Declaración del objetivo de la organización, es decir, lo que desea lograr en el entorno más amplio.
Cartera de negocios	Conjunto de negocios o productos que conforman la empresa.
Cadena de valor	Serie de departamentos internos que realizan actividades que crean valor al diseñar, producir, vender, entregar y apoyar los productos de una empresa.
Segmento de mercado.	Grupo de consumidores que responde de forma similar a un conjunto específico de actividades de marketing.
Mercado meta.	El proceso de evaluar el atractivo de cada segmento del mercado y la elección de uno o más segmentos para ingresar en ellos.
Posicionamiento	Lograr que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en relación con los productos de la competencia, en las mentes de los consumidores meta.
Diferenciación	Diferenciar en realidad la oferta del mercado para crear mayor valor para el cliente.
Demografía	El estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, edad, género, raza, ocupación y otros datos estadísticos.
Generación X	Los 45 millones de personas que nacieron entre 1965 y 1976.
Generación Y	Los 83 Millones de hijos de los nacidos entre los años 1977 y 2000.
Entono económico	Factores económicos que influyen en el poder de comprar y los patrones de gasto de los consumidores.
Investigación de mercados	Diseño, recopilación, análisis e informes sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización.

Elaboración propia, conceptos extraídos de (Kotler y Armstrong, 2012)

Apéndice 2 Formato para observación.

Formato de Observación - Estudio de Mercado PROYECTO EMPRENDEDOR INVESTIGACIÓN DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA UNA VERDULERÍA.					
Fecha de la Observación				Competidor	
Fecha de publicación precios recomendados CNP					
Nivel 1	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
			Mala	Regular	Buena
		Calidad			
Nivel 2	Característica a evaluar :		Rango de evaluación General		
			Malo	Regular	Bueno
		Calidad en servicio			X
Nivel 3	Característica a evaluar : Precio		Rango de evaluación General		
	Producto		Mayor	Igual	Inferior
Frutas	Banano				
	Papaya				
	Piña				
	Manzana				
	Sandía				
Fresas					
Verduras	Cebolla				
	Papa				
	Tomate				
	Chile				
	Culantro				
	Platano maduro				
	Chayote				
	Zanahoria				
	Yuca				
	Lechuga Hidro				
	Lechuga Criolla				
	Apio				
	Repollo				
Pepino					
Fotografías del lugar					

Conclusiones generales del competidor:

Apéndice 3 Cuestionario piloto.

ITCR

Estudio de pre factibilidad financiera para la creación de una verdulería ubicada en el
Coyol de Alajuela
Setiembre 2014

Fecha y Hora: _____ Cuestionario No. _____

Buenas mi nombre es _____. Estamos realizando un estudio de la factibilidad financiera para la creación de una verdulería ubicado en el Coyol de Alajuela. ¿Sería tan amable de contestarme una breve encuesta? Esta tardara alrededor de 15 minutos... Gracias.

SOLO SE APLICA A JEFES DE HOGAR, QUE REALIZAN LAS COMPRAS DE FRUTAS Y VERDURAS, ENTRE LOS 18 y 65 AÑOS QUE RESIDAN EN LAS SIGUIETES COMUNIDADES: URBANIZACION LA AMISTAD, URBANIZACION LOMAS DEL COYOL, RESIDENCIAL EL COYOL, URBANIZACION LOS OLIVOS, CALLE LA MARGARITA, URBANIZACION LA BERTILIA, CALLE EL SALTO Y COYOL CENTRAL.

Hábitos compra

Hábitos de consumo

¿Consume su familia frutas y verduras?

1 /___/ Si 2 /___/ No (Si contesta No pase a pregunta No.14 y 15)

¿Cuántas veces por semana consume su familia frutas?

_____ veces por semana.

¿Cuántas veces por semana consume su familia verduras?

_____ veces por semana.

¿Cuáles frutas COMPRA para el consumo regular de su familia? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad
1. <input type="checkbox"/> ALBARICOQUE		10. <input type="checkbox"/> HIGO		19. <input type="checkbox"/> MANZANA		28. <input type="checkbox"/> PERA	
2. <input type="checkbox"/> ANONA		11. <input type="checkbox"/> JENGIBRE		20. <input type="checkbox"/> MARACUYA		29. <input type="checkbox"/> PIÑA	
3. <input type="checkbox"/> ARANDANO		12. <input type="checkbox"/> KIWI		21. <input type="checkbox"/> MELOCOTON		30. <input type="checkbox"/> PIPA	
4. <input type="checkbox"/> BANANO		13. <input type="checkbox"/> LIMON CRIOLLO		22. <input type="checkbox"/> MELON		31. <input type="checkbox"/> SANDIA	
5. <input type="checkbox"/> COCO		14. <input type="checkbox"/> LIMON DULCE		23. <input type="checkbox"/> MORA		32. <input type="checkbox"/> UVA	
6. <input type="checkbox"/> DURAZNO		15. <input type="checkbox"/> LIMON LIMA		24. <input type="checkbox"/> NARANJA		33. <input type="checkbox"/> TEMPORADA	
7. <input type="checkbox"/> FRESAS		16. <input type="checkbox"/> MANDARINA		25. <input type="checkbox"/> NECTARINA		34. <input type="checkbox"/> OTROS:	
8. <input type="checkbox"/> GRANADILLA		17. <input type="checkbox"/> MANGA		26. <input type="checkbox"/> NISPERO			
9. <input type="checkbox"/> GUAYABA		18. <input type="checkbox"/> MANGOS		27. <input type="checkbox"/> PAPAYA			

¿Cuáles verduras **COMPRA** para el consumo regular de su familia? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
1. <input type="checkbox"/> AGUACATE	13. <input type="checkbox"/> CEBOLLIN	25. <input type="checkbox"/> FRIJOLES BLANCOS	37. <input type="checkbox"/> RABANO
2. <input type="checkbox"/> AJO	14. <input type="checkbox"/> CHAMPIÑON	26. <input type="checkbox"/> FRIJOLES TIERNOS	38. <input type="checkbox"/> REPOLLO
3. <input type="checkbox"/> ALFALFA	15. <input type="checkbox"/> CHAYOTE	27. <input type="checkbox"/> GARBANZOS	39. <input type="checkbox"/> REMOLACHA
4. <input type="checkbox"/> APIO	16. <input type="checkbox"/> CHILE AMARILLO	28. <input type="checkbox"/> LECHUGA HIDRO	40. <input type="checkbox"/> TIQUISQUE
5. <input type="checkbox"/> AYOTE	17. <input type="checkbox"/> CHILE ROJO	29. <input type="checkbox"/> LECHUGA NOR	41. <input type="checkbox"/> TOMATE
6. <input type="checkbox"/> BERENGENA	18. <input type="checkbox"/> CHILE VERDE	30. <input type="checkbox"/> MINIVEGETALES	42. <input type="checkbox"/> VAINICAS
7. <input type="checkbox"/> BERROS	19. <input type="checkbox"/> COLIFLOR	31. <input type="checkbox"/> ÑAMPI	43. <input type="checkbox"/> YUCA
8. <input type="checkbox"/> BROCOLI	20. <input type="checkbox"/> CUBASES	32. <input type="checkbox"/> PAPA	44. <input type="checkbox"/> ZANAHORIA
9. <input type="checkbox"/> CALABACIN	21. <input type="checkbox"/> CULANTRO	33. <input type="checkbox"/> PEPINO	45. <input type="checkbox"/> ZAPALLO
10. <input type="checkbox"/> CALABAZA	22. <input type="checkbox"/> ELOTES	34. <input type="checkbox"/> PEREJIL	46. <input type="checkbox"/> ZUCQUINNI
11. <input type="checkbox"/> CAMOTE	23. <input type="checkbox"/> ESPARRAGOS	35. <input type="checkbox"/> PLATANO MADURO	47. <input type="checkbox"/> OTROS
12. <input type="checkbox"/> CEBOLLA	24. <input type="checkbox"/> ESPINACA	36. <input type="checkbox"/> PLATANO VERDE	

¿En dónde **COMPRA** habitualmente las frutas? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

- 1 / / Supermercado.
- 2 / / Feria del agricultor.
- 3 / / Verdulería.
- 4 / / Pulpería.
- 5 / / Ventas informales.
- 6 / / Otro. _____

¿En dónde **COMPRA** habitualmente las verduras? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

- 1 / / Supermercado.
- 2 / / Feria del agricultor.
- 3 / / Verdulería.
- 4 / / Pulpería.
- 5 / / Ventas informales.
- 6 / / Otro. _____

¿Cómo se llama el lugar donde compra normalmente las frutas y verduras?

- 1 / / Frutas: _____
- 2 / / Verduras: _____
- 3 / / Ambas: _____

¿Cómo se enteró del lugar?

- Anuncios de televisión.
- Amigos.
- Rótulos.
- Periódico.
- Radio.
- Otro. _____

(Anote la dirección exacta)

¿Por lo general cuales son las frutas y verduras que compra y en qué cantidad? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida. LA CANTIDAD DEPENDE DEL PRODUCTO USAR UNICAMENTE KG O UNIDADES SEGÚN CORRESPONDA.**

PRODUCTO	CANTIDAD	PRODUCTO	CANTIDAD	PRODUCTO	CANTIDAD
1. <input type="checkbox"/> AGUACATE	_____	26. <input type="checkbox"/> CULANTRO	_____	51. <input type="checkbox"/> MINIVEGETALES	_____
2. <input type="checkbox"/> AJO	_____	27. <input type="checkbox"/> DURAZNO	_____	52. <input type="checkbox"/> MORA	_____
3. <input type="checkbox"/> ALBARICOQUE	_____	28. <input type="checkbox"/> ELOTES	_____	53. <input type="checkbox"/> NARANJA	_____
4. <input type="checkbox"/> ALFALFA	_____	29. <input type="checkbox"/> ESPARRAGOS	_____	54. <input type="checkbox"/> NECTARINA	_____
5. <input type="checkbox"/> ANONA	_____	30. <input type="checkbox"/> ESPINACA	_____	55. <input type="checkbox"/> NISPERO	_____
6. <input type="checkbox"/> APIO	_____	31. <input type="checkbox"/> FRESAS	_____	56. <input type="checkbox"/> ÑAMPI	_____
7. <input type="checkbox"/> ARANDANO	_____	32. <input type="checkbox"/> FRIJOLES BLANCOS	_____	57. <input type="checkbox"/> PAPA	_____
8. <input type="checkbox"/> AYOTE	_____	33. <input type="checkbox"/> FRIJOLES TIERNOS	_____	58. <input type="checkbox"/> PAPAYA	_____
9. <input type="checkbox"/> BANANO	_____	34. <input type="checkbox"/> GARBANZOS	_____	59. <input type="checkbox"/> PEPINO	_____
10. <input type="checkbox"/> BERENGENA	_____	35. <input type="checkbox"/> GRANADILLA	_____	60. <input type="checkbox"/> PERA	_____
11. <input type="checkbox"/> BERROS	_____	36. <input type="checkbox"/> GUAYABA	_____	61. <input type="checkbox"/> PEREJIL	_____
12. <input type="checkbox"/> BROCOLI	_____	37. <input type="checkbox"/> HIGO	_____	62. <input type="checkbox"/> PIÑA	_____
13. <input type="checkbox"/> CALABACIN	_____	38. <input type="checkbox"/> JENGIBRE	_____	63. <input type="checkbox"/> PLATANO MADURO	_____
14. <input type="checkbox"/> CALABAZA	_____	39. <input type="checkbox"/> KIVI	_____	64. <input type="checkbox"/> PLATANO VERDE	_____
15. <input type="checkbox"/> CAMOTE	_____	40. <input type="checkbox"/> LECHUGA HIDR	_____	65. <input type="checkbox"/> RABANO	_____
16. <input type="checkbox"/> CEBOLLA	_____	41. <input type="checkbox"/> LECHUGA NORMAL	_____	66. <input type="checkbox"/> REPOLLO	_____
17. <input type="checkbox"/> CEBOLLIN	_____	42. <input type="checkbox"/> LIMON CRIOLLO	_____	67. <input type="checkbox"/> RUCULA	_____
18. <input type="checkbox"/> CHAMPIÑON	_____	43. <input type="checkbox"/> LIMON DULCE	_____	68. <input type="checkbox"/> SANDIA	_____
19. <input type="checkbox"/> CHAYOTE	_____	44. <input type="checkbox"/> LIMON LIMA	_____	69. <input type="checkbox"/> TIQUISQUE	_____
20. <input type="checkbox"/> CHILE AMARILLO	_____	45. <input type="checkbox"/> MANDARINA	_____	70. <input type="checkbox"/> TOMATE	_____
21. <input type="checkbox"/> CHILE ROJO	_____	46. <input type="checkbox"/> MANGOS	_____	71. <input type="checkbox"/> UVA	_____
22. <input type="checkbox"/> CHILE VERDE	_____	47. <input type="checkbox"/> MANZANA	_____	72. <input type="checkbox"/> VAINICAS	_____
23. <input type="checkbox"/> COCO	_____	48. <input type="checkbox"/> MARACUYA	_____	73. <input type="checkbox"/> ZANAHORIA	_____
24. <input type="checkbox"/> COLIFLOR	_____	49. <input type="checkbox"/> MELOCOTON	_____	74. <input type="checkbox"/> ZAPALLO	_____
25. <input type="checkbox"/> CUBASES	_____	50. <input type="checkbox"/> MELON	_____	75. <input type="checkbox"/> ZUCQUINI	_____
				76. <input type="checkbox"/> OTROS	_____

¿Usted está satisfecho con la calidad de las frutas y verduras que compra?

- Si.
- No.

¿Por qué? _____

¿Usted estaría dispuesto a cambiar el lugar donde compra las frutas y verduras?

- Si. ¿Por qué? _____
- No. ¿Por qué? _____

LAS PREGUNTAS No.14-15 SE REALIZAN UNICAMENTE SI CONTESTO NO EN LA PREGUNTA No. 1. CASO CONTRARIO PASAR A LA PREGUNTA No. 15

¿Por qué razón no **COMPRA** frutas? (No leer opciones, puede marcar varias)

- No tiene tiempo para comprar.
- Presupuesto o dinero limitados.
- Calidad de los productos.

/ No le gustan.

/ Otro. _____

¿Por qué razón no **COMPRA** verduras? (**No leer opciones, puede marcar varias**)

/ No tiene tiempo para comprar.

/ Presupuesto o dinero limitados.

/ Calidad de los productos.

/ No le gustan.

/ Otro. _____

Hábitos de compra

¿Habitualmente, **COMPRA** usted las frutas y verduras de forma diaria, semanal, quincenal o mensual?

1 / Diaria.

2 / Semanal.

3 / Quincenal.

4 / Mensual.

5 / Otro. _____

¿Cuánto paga en total por las frutas y verduras?

_____ colones por día.

_____ colones por semana.

_____ colones por quincena.

_____ colones por mes.

_____ colones por Otro _____

¿Por cuál medio o de qué forma realiza su pago? (**leer opciones, marque solo una**).

/ Efectivo

/ Tarjeta de crédito o débito.

/ Transferencia bancaria.

¿Por lo general en qué momento del día realiza las compras de frutas y verduras? **marcar solo una. Preguntar a qué hora realiza las compras.**

/ Mañana, Hora _____ 2 / Tarde, Hora _____ 3 / Noche, Hora _____

¿Habitualmente cómo transporta las frutas y verduras a su casa? (**leer opciones, marque solo una**)

/ Vehículo propio.

/ Taxi.

/ Transporte informal (**pirata**).

/ Caminando.

/ Otro _____

¿Cuánto paga por el transporte?

_____ Colones.

Intención de compra

¿Le gustaría comprar frutas y verduras en un lugar donde pueda hacer su pedido vía telefónica, por correo electrónico o por encargo y que se lo lleven a su casa?

1 / ___ / Si, ¿Por qué? _____

2 / ___ / No, ¿Por qué? _____

(Si contesta No pase a pregunta No.29)

¿En qué horario le conviene recibir el pedido? (**marcar solo una**)

/ ___ / Mañana

/ ___ / Tarde

/ ___ / Noche

/ ___ / Otro _____

¿En cuál día de la semana le gustaría recibir el pedido? (**encierre en un círculo el día que le gustaría**)

1.L 2.K 3.M 4.J 5.V 6.S 7.D 8.Otra forma: _____

¿Cómo le gustaría que le cobraran?

/ ___ / En efectivo

/ ___ / Con Tarjeta de crédito o débito.

/ ___ / Por medio de transferencia bancaria.

/ ___ / Otro. _____

¿Estaría dispuesta a pagar por el transporte?

1 / ___ / Si

2 / ___ / No (**pasar a pregunta 28**)

¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el transporte?

_____ Colones.

Para usted, ¿cuáles son las condiciones que debería cumplir el pedido para que usted lo acepte? **NO LEER, puede marcar varias opciones.**

- Buena calidad de los productos.
- Entrega puntual del pedido.
- Buena presentación de los productos.
- Amabilidad de la persona que entrega el pedido.
- Los productos que se entregan deben estar limpios.
- El pedido debe estar completo.
- Que se le cobre el monto pactado.
- Otro _____.

Para usted, ¿cuáles son las condiciones que debería tener una verdulería para que usted realice sus compras? **NO LEER, puede marcar varias opciones.**

- Buena calidad de los productos.
- El local debe estar Ordenado.
- El local debe estar limpio.
- Amabilidad de la persona que lo atiende.
- Los productos que venden deben estar limpios.
- Que haya variedad de productos.
- Que pueda pagar con tarjeta de crédito o débito.
- Que el precio de los productos sea económico.
- Que los productos estén frescos.
- Otro _____.

Datos personales

¿Podría decirme cuál es su edad en años cumplidos?:

_____ Años cumplidos.

Anote la localidad donde se aplicó la encuesta.

Provincia: Alajuela Cantón: Central Distrito Barrio San José

Localidad: _____

Anote el sexo de la persona a la que se aplicó la encuesta.

- Mujer.
- Hombre.

¿Cuántas personas viven en su casa?

_____ personas

¿Cuál es su ocupación principal? (Si trabaja fuera del hogar realizar pregunta N° 35)

¿Cuál es su lugar de trabajo?

Provincia _____ Cantón _____

¿Cuál es su último grado de educación aprobado?

Primaria incompleta /__/

5. Universitaria incompleta /__/

Primaria completa /__/

6. Universitaria completa /__/

Secundaria incompleta /__/ 7. Postgrado /__/

Secundaria completa /__/ 8. Técnico /__/

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

1. Menos de 100.000 colones /__/

2. De 100.000 a menos de 300.000 /__/

3. De 300.001 a menos de 600.000 /__/

4. De 600.001 a menos de 900.000 /__/

5. De 900.001 a menos de 1.200.000 /__/

6. De 1.200.001 a menos de 1.500.000 /__/

8. 1.500.000.00 o más. /__/

Observaciones

NOMBRE: _____ **TELÉFONO:** _____

Apéndice 4
Cuestionario aplicado.

ITCR

Estudio de pre factibilidad financiera para la creación de una verdulería ubicada en el Coyol de Alajuela
Setiembre 2014

Fecha y Hora: _____ Cuestionario No. _____

Buenas mi nombre es _____. Estoy realizando un estudio de la factibilidad financiera para la creación de una verdulería ubicada en el Coyol de Alajuela. ¿Sería tan amable de contestarme una breve encuesta? Esta tardara alrededor de 15 minutos... Gracias.

SOLO SE APLICA A JEFES DE HOGAR, QUE REALIZAN LAS COMPRAS DE FRUTAS Y VERDURAS, ENTRE LOS 18 y 70 AÑOS QUE RESIDAN EN LAS SIGUIETES COMUNIDADES: URBANIZACION LA AMISTAD, URBANIZACION LOMAS DEL COYOL, RESIDENCIAL EL COYOL, URBANIZACION LOS OLIVOS, CALLE LA MARGARITA, URBANIZACION LA BERTILIA, CALLE EL SALTO Y COYOL CENTRAL.

Hábitos compra

Hábitos de consumo

¿Consumen su familia frutas y verduras?

1 /___/ Si 2 /___/ No (Si contesta No pase a pregunta No.14 y 15)

¿Todos los miembros de su familia consumen frutas y verduras?

1 /___/ Si 2 /___/ No, ¿cuantos miembros no consumen? _____

¿Cuántas veces por semana consume su familia frutas?

_____ veces por semana.

¿Cuántas veces por semana consume su familia verduras?

_____ veces por semana.

¿Cuáles frutas **COMPRA** para el consumo regular de su familia? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta la cantidad depende de los productos usar kg o unidades según corresponda**

Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad
1. /_/_/ ALBARICOQUE		10. /_/_/ HIGO		20. /_/_/ MANZANA		29. /_/_/ PERA	
2. /_/_/ ANONA		12. /_/_/ JENGIBRE		21. /_/_/ MARACUYA		30. /_/_/ PIÑA	
3. /_/_/ ARANDANO		13. /_/_/ KIWI		22. /_/_/ MELOCOTON		31. /_/_/ PIPA	
4. /_/_/ BANANO		14. /_/_/ LIMON CRIOLLO		23. /_/_/ MELON		32. /_/_/ SANDIA	
5. /_/_/ COCO		15. /_/_/ LIMON DULCE		24. /_/_/ MORA		33. /_/_/ UVA	
6. /_/_/ DURAZNO		16. /_/_/ LIMON LIMA		25. /_/_/ NARANJA		34. /_/_/ TEMPORADA	
7. /_/_/ FRESAS		17. /_/_/ MANDARINA		26. /_/_/ NECTARINA		35. /_/_/ OTROS:	
8. /_/_/ GRANADILLA		18. /_/_/ MANGA		27. /_/_/ NISPERO			
9. /_/_/ GUAYABA		19. /_/_/ MANGOS		28. /_/_/ PAPAYA			

¿Cuáles verduras **COMPRA** para el consumo regular de su familia? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta la cantidad depende de los productos usar kg o unidades según corresponda**

Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad
1. /_/_/ AGUACATE		13. /_/_/ CEBOLLIN		25. /_/_/ FRIJOLES BLANCOS		37. /_/_/ RABANO	
2. /_/_/ AJO		14. /_/_/ CHAMPIÑON		26. /_/_/ FRIJOLES TIERNOS		38. /_/_/ REPOLLO	
3. /_/_/ ALFALFA		15. /_/_/ CHAYOTE		27. /_/_/ GARBANZOS		39. /_/_/ REMOLACHA	
4. /_/_/ APIO		16. /_/_/ CHILE AMARILLO		28. /_/_/ LECHUGA HIDRO		40. /_/_/ TQUISQUE	
5. /_/_/ AYOTE		17. /_/_/ CHILE ROJO		29. /_/_/ LECHUGA NOR		41. /_/_/ TOMATE	
6. /_/_/ BERENGENA		18. /_/_/ CHILE VERDE		30. /_/_/ MINIVEGETALES		42. /_/_/ VAINICAS	
7. /_/_/ BERROS		19. /_/_/ COLIFLOR		31. /_/_/ ÑAMPI		43. /_/_/ YUCA	
8. /_/_/ BROCOLI		20. /_/_/ CUBASES		32. /_/_/ PAPA		44. /_/_/ ZANAHORIA	
9. /_/_/ CALABACIN		21. /_/_/ CULANTRO		33. /_/_/ PEPINO		45. /_/_/ ZAPALLO	
10. /_/_/ CALABAZA		22. /_/_/ ELOTES		34. /_/_/ PEREJIL		46. /_/_/ ZUCQUINNI	
11. /_/_/ CAMOTE		23. /_/_/ ESPARRAGOS		35. /_/_/ PLATANO MADURO		47. /_/_/ OTROS	
12. /_/_/ CEBOLLA		24. /_/_/ ESPINACA		36. /_/_/ PLATANO VERDE			

¿En dónde **COMPRA** habitualmente las frutas? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

- /_/_/ Supermercado.
- /_/_/ Feria del agricultor.
- /_/_/ Verdulería.
- /_/_/ Pulpería.
- /_/_/ Ventas informales.
- /_/_/ Otro. _____

¿En dónde **COMPRA** habitualmente las verduras? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

- /_/_/ Supermercado.
- /_/_/ Feria del agricultor.
- /_/_/ Verdulería.
- /_/_/ Pulpería.
- /_/_/ Ventas informales.
- /_/_/ Otro. _____

¿Cómo se llama el lugar donde compra normalmente las frutas y verduras?

Frutas: _____
 Verduras: _____
 Ambas: _____

¿Dónde está ubicado? (**Anote la dirección exacta**)

Frutas: _____
 Verduras: _____
 Ambas: _____

¿Cómo se enteró del lugar? **NO leer opciones, marcar de acuerdo a la respuesta obtenida.**

Anuncios de televisión.
 Amigos.
 Rótulos.
 Periódico.
 Radio.
 Otro. _____

¿Usted está satisfecho con la calidad de las frutas y verduras que compra?

Si. ¿Por qué? _____

No. ¿Por qué? _____

¿Usted estaría dispuesto a cambiar el lugar donde compra las frutas y verduras?

Si. ¿Por qué? _____

No. ¿Por qué? _____

LAS PREGUNTAS No.14-15 SE REALIZAN UNICAMENTE SI CONTESTO NO EN LA PREGUNTA No. 1. CASO CONTRARIO PASAR A LA PREGUNTA No. 16

¿Por qué razón no **COMPRA** frutas? (**No leer opciones, puede marcar varias**)

No tiene tiempo para comprar.
 Presupuesto o dinero limitados.
 Calidad de los productos.
 No le gustan.
 Otro. _____

¿Por qué razón no **COMPRA** verduras? (**No leer opciones, puede marcar varias**)

No tiene tiempo para comprar.
 Presupuesto o dinero limitados.
 Calidad de los productos.

/ No le gustan.
/ Otro. _____

Hábitos de compra

¿Habitualmente, **COMPRA** usted las frutas y verduras de forma diaria, semanal, quincenal o mensual?

/ Diaria.
/ Semanal.
/ Quincenal.
/ Mensual.
/ Otro. _____

¿Cuánto paga en total por las frutas y verduras?

_____ colones por día.
_____ colones por semana.
_____ colones por quincena.
_____ colones por mes.
_____ colones por Otro _____

¿Por cuál medio o de qué forma realiza su pago? (**leer opciones, marque solo una**).

/ Efectivo
/ Tarjeta de crédito o débito.
/ Transferencia bancaria.

¿Por lo general en qué momento del día realiza las compras de frutas y verduras? **marcar solo una. Preguntar a qué hora realiza las compras.**

/ Mañana, Hora ____ 2 / / Tarde, Hora ____ 3 / / Noche, Hora ____

¿Habitualmente cómo transporta las frutas y verduras a su casa? (**leer opciones, marque solo una**)

/ Vehículo propio.
/ Taxi.
/ Transporte informal (**pirata**).
/ Caminando.
/ Otro _____

¿Por lo general cuánto paga por el transporte?

_____ Colones.

Intención de compra

¿Si se abriera una verdulería en Urbanización Lomas, estaría dispuesto a comprar sus frutas y verduras en ese lugar?

- Sí.
 No.

¿Le gustaría comprar frutas y verduras en un lugar donde pueda hacer su pedido vía telefónica, por correo electrónico o por encargo y que se lo lleven a su casa?

- Si, ¿Por qué? _____
 No, ¿Por qué? _____

(Si contesta No pase a pregunta No.29)

¿En qué momento del día le convendría recibir el pedido en la mañana en la tarde o en la noche? **(marcar solo una)**

- Mañana
 Tarde
 Noche
 Otro _____

¿En cuál día de la semana le gustaría recibir el pedido? **(encierre en un círculo el día que le gustaría)**

1.L 2.K 3.M 4.J 5.V 6.S 7.D 8. Otro _____

¿Cómo le gustaría que le cobraran? **Puede marcar varias.**

- En efectivo
 Con Tarjeta de crédito o débito.
 Por medio de transferencia bancaria.
 Otro. _____

¿Estaría dispuesta a pagar por el transporte?

- Si
 No **(pasar a pregunta 28)**

¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el transporte?

_____ Colones.

Para usted, ¿cuáles son las condiciones que debería cumplir el pedido de frutas y verduras para que usted lo acepte? **NO LEER, puede marcar varias opciones.**

- Buena calidad de los productos.
- Entrega puntual del pedido.
- Buena presentación de los productos.
- Amabilidad de la persona que entrega el pedido.
- Los productos que se entregan deben estar limpios.
- El pedido debe estar completo.
- Que se le cobre el monto pactado.
- Otro _____.

Para usted, ¿cuáles son las condiciones que debería tener una verdulería para que usted realice sus compras? **NO LEER, puede marcar varias opciones.**

- Buena calidad de los productos.
- El local debe estar Ordenado.
- El local debe estar limpio.
- Amabilidad de la persona que lo atiende.
- Los productos que venden deben estar limpios.
- Que haya variedad de productos.
- Que pueda pagar con tarjeta de crédito o débito.
- Que el precio de los productos sea económico.
- Que los productos estén frescos.
- Otro _____.

Datos personales

¿Podría decirme cuál es su edad en años cumplidos?

_____ Años cumplidos.

Anote la localidad donde se aplicó la encuesta.

Provincia: Alajuela Cantón: Central Distrito Barrio San José

Localidad: _____

Anote el sexo de la persona a la que se aplicó la encuesta.

- Mujer.
- Hombre.

¿Cuántas personas viven en su casa? _____ personas

¿Cuál es su ocupación principal? _____

¿Cuál es su último grado de educación aprobado?

- Primaria incompleta
- 5. Universitaria incompleta

- / Primaria completa 6. / Universitaria completa
/ Secundaria incompleta 7. / Postgrado
/ Secundaria completa 8. / Técnico

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

1. Menos de 100.000 colones /
2. De 100.000 a menos de 300.000 /
3. De 300.001 a menos de 600.000 /
4. De 600.001 a menos de 900.000 /
5. De 900.001 a menos de 1.200.000 /
6. De 1.200.001 a menos de 1.500.000 /
8. 1.500.000.00 o más. /

Observaciones:

NOMBRE: _____ **TELÉFONO:** _____

Apéndice 5 Presupuesto de obras.

Movimiento de tierra				
Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Mano de Obra				
	Cantidad de Horas	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Maestro de obras	8	Horas	2.500,00	20.000,00
Ayudante	8	Horas	1.500,00	12.000,00
Costo Total Movimiento de Tierra				32.000,00

Obra gris				
Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Block tipo 12 x 20 x 40	200	Unidad	318,58	63.716,00
Piedra cuarta	6	Metros	12.831,86	76.991,16
Arena	6	Metros	8.640,00	51.840,00
Cemento uso general	30	Unidad	5.716,00	171.480,00
Varilla deformada N° 3	10	Unidad	1.630,00	16.300,00
Varilla lisa N° 1/4	6	Unidad	650,00	3.900,00
Tubo industrial cuadrado 72 x72 mm. 1,50 3 x3 x1	16	Unidad	12.092,92	193.486,72
Madera formaleta 1 x12	6	Unidad	5.000,00	30.000,00
Madera 1 x 2 x 3	5	Unidad	590,91	2.954,55
Disco 9 Metal 230 x 3 x 22	3	Unidad	1.296,91	3.890,73
Hilco Soldadura Punto royo 6013 3/32	3	Paquete	3.915,93	11.747,79
Alambre Negro recocido de 1,68 mm	6	Metros	787,61	4.725,66
Lamina Zinc N° 28	15	Unidad	8.200,00	123.000,00
Clavos de acero 2p	1	Caja	5.000,00	5.000,00
Tornillo para techo 2p rosca	100	Unidad	75,00	7.500,00
Pvc Tubo Potable 12mm	2	Unidad	2.455,75	4.911,50
Pvc Codo liso 90° 1/2	8	Unidad	88,50	708,00
Llave Chorro PP C /rosca	1	Unidad	2.965,60	2.965,60
PVC Tubo Conduit 12 mm	5	Unidad	411,50	2.057,50
Lamina Durock 12 mm 4 x 8 122 x2	12	Unidad	12.376,11	148.513,32
Poste Stud 2 1/2 x 10	10	Unidad	1.486,73	14.867,30
Canal Track 2 1/2 x 10	10	Unidad	938,05	9.380,50
Fletes	3	Unidad	3.000,00	9.000,00
Total impuesto ventas				115.859,00
Imprevistos obra gris	1	Unidad	150.000,00	150.000,00
Costo Materiales obra gris				1.224.795,33

Mano de Obra gris	Cantidad de Horas	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Maestro de obras	52	Horas	2.500,00	130.000,00
Ayudante	52	Horas	1.500,00	78.000,00
Costo mano de obra gris				208.000,00

Acabados				
Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Ticino Domino Avante Pulsador P1102	3	Unidad	1.513,27	4.539,81
Ticino toma Domino Avant Doble	5	Unidad	1.876,71	9.383,55
Cable electrico N°12	2	Caja	24.000,00	48.000,00
Ceramica fusion blanco 33 x 33	95	Metros	4.588,50	435.907,50
Pegan 307 plus 20 kg latic	48	Unidad	5.716,00	274.368,00
Fragua int. c/aire gris cler 2 kg	10	Unidad	1.630,00	16.300,00
Inodoro ecoline blanco 5 litros	1	Unidad	33.274,34	33.274,34
Lavatorio ecoline blanco 5/ loza	1	Unidad	12.203,54	12.203,54
Llave Lav Senci tm	1	Unidad	3.309,73	3.309,73
Desagüe cromado p/lav Incesa	1	Unidad	2.623,89	2.623,89
Sinfon Piso PVC 1 1/2 x 1 1/4	1	Unidad	1.060,95	1.060,95
Pila Fibra de vidrio doble 1,40,68,27	1	Unidad	77.522,12	77.522,12
Llave Control ESC 1/2x1/x2	2	Unidad	2.650,00	5.300,00
Tubo Abasto 1/2 x 1/2 x 16	1	Unidad	2.380,00	2.380,00
Tubo Abasto 1/2 x 7/8 x 16	1	Unidad	2.256,64	2.256,64
Soporte Doble p / lav metal	1	Unidad	845,13	845,13
Tubo cuadrado 1 x 1 pulgada	80	Metros	1.900,00	152.000,00
Pintura Rojo minio	1	Galon	7.500,00	7.500,00
Pintura aceite negro	1	Galon	12.500,00	12.500,00
Puerta interna de Pino	1	Unidad	30.030,97	30.030,97
Imprevistos acabados	1	Unidad	200.000,00	200.000,00
Costo de materiales para acabados				1.331.306,17

Mano de acabados	Cantidad de Horas	Unidad de medida	Precio Unitario	Costo total
Maestro de obras	50	Horas	2.500,00	125.000,00
Ayudante	50	Horas	1.500,00	75.000,00
Costo mano de obra acabados				200.000,00

Costos Totales	
Costo total de materiales	2.556.101,50
Costo total de mano de obra	440.000,00
Costo total de las obras	2.996.101,50

Elaboración propia, con ayuda del Maestro de Obras, Mauricio Durán Morales.

Capítulo XII: Bibliografía.

Alcaraz. R. (2011). *Emprendedor de éxito*. (4ª, Edición). México: MC México: Mc Graw Hill.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3a, Edición). Colombia: Pearson Educación de Colombia S.A.

Bernanke, B. Frank, R. *Principios de Economía*. (3ª, Edición). Madrid: Mc Graw Hill.

Barrantes. A. (23 de junio de 2013). *Ticos se la juegan para hacer rendir las 24 Horas*. *La Nación*. Recuperado de http://www.nacion.com/nacional/Ticos-juegan-hacer-rendir-horas_0_1349465128.html

Castro, I. Rufino, J. (2010). *Creación de Empresas para Emprendedores*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Costa Rica, Estado de la Nación (2010). *Decimoséptimo Informe Estado de la Nación*. San José: Petra Petry-Marcelo Lebendiker.

Costa Rica, Banco Central de Costa Rica (2013). *Acceso de la MIPYMES a los servicios financieros a partir de la implementación de la ley 8634 del Sistema de Banca de Desarrollo*. San José: Corrales Luis – Sancho Francisco.

Campa, F. (2009). *Guía Práctica para la creación de empresas*. Tarragona: Publicacions URV.

España, Cámara Zaragoza, (2014), *Tú idea de negocio, Guía de trámites y requisitos para la puesta en marcha de Frutería*. Zaragoza: Creación de empresas y Asesoría Empresarial. Recuperado de:

<http://documentos.camarazaragoza.com/creacion-de-empresas/Guias%20de%20Proyectos%20de%20Negocio/FRUTERIA%202014.pdf>

Gitman, L. (2007). *Administración Financiera*. (11ª, Edición). México: Pearson Educación.

Gómez, B. (2012). *Elementos de Estadística Descriptiva*. (1ª, Edición). San José: EUNED.

Hair, J. Busch, R. Ortinau, D. (2010). *Investigación de Mercados*. (4ª, Edición). México: Mc Graw Hill.

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª, Edición). México: Mc Graw Hill.

Jones, G. (2008). *Teoría organizacional diseño y cambio en las organizaciones*. (5ª, Edición): Pearson Educación.

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

Leiva, J. (2007). *Emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Lledo P. & Rivarola G. (2007). *Gestión de Proyectos* (3ª. ed.). México: Pearson Education.

Ley 3284. Código de Comercio, San José, Costa Rica; 30 de abril 1964.

Ley 7554. Ley Orgánica del Ambiente, San José. Costa Rica; 28 de septiembre 1995.

Ley 8839. Ley para la gestión integral de residuos. San José Costa Rica, 13 de julio de 2010.

Naveros, J. Cabrerizo, M. (2009). *Plan de negocio*. España: Publicaciones Vértice S.L.

Robbins, S. Decenzo, D. Coulter, M. (2013). *Fundamentos de administración*. (8ª, Edición). Pearson Educación.

Rosales, R. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. San José: ICAP.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. (2ª, Edición). Chile: Pearson Educación.

Sapag, N. Sapag, R. Sapag, J. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. (6ª, Edición). México: Mc Graw Hill.

Sapag, Nassir & Sapag, Reinaldo (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (5ª.Edición.) México: Mc-Graw.

Zamora, G. Campos, R. (2011). *Falta de balance de la vida profesional y personal de los directivos costarricenses*. Instituto de Estudios empresariales, 10. Recuperado de <http://www.iese-cr.org/noticias/155-falta-de-balance-de-la-vida-profesional-y-personal-de-las-y-los-directivos-costarricenses.html>