

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COSTA RICA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Proyecto de Graduación

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PALETAS ARTESANALES EN EL DISTRITO DE NICOYA,
GUANACASTE, COSTA RICA, EN EL PERIODO 2020-2022.

Trabajo Final de Graduación sometido a consideración del Comité Evaluador para optar por
el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera

SHIO YING BALTODANO ZÚÑIGA

SARA MORALES ALÁN

Tutor: Lic. Luis Alberto Bermúdez Carrillo

Guanacaste, Costa Rica, 2023

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PALETAS ARTESANALES EN EL
DISTRITO DE NICOYA, GUANACASTE, COSTA RICA, EN EL PERIODO 2020-2022.

SARA MORALES ALÁN

SHIO YING BALTODANO ZÚÑIGA

Proyecto sometido a consideración del Comité Evaluador para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera. Cumple con los requisitos establecidos por el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional.

Guanacaste,2023

TRIBUNAL EXAMINADOR

Edgar Vega

Vicedecano

Jairo Jimenez

Director Académico

Lic. Luis Alberto Bermúdez Carrillo

Tutor del Proyecto

José Francisco Vargas Segnini

Lector

Paula R. Villalobos Zamora

Lectora

Sara Morales Alán

Sustentante

Shio Ying Baltodano Zúñiga

Sustentante

Declaración Jurada

Las suscritas : Sara Morales Alán, portadora de la cédula de identidad 5-0381-0968 y Shio Ying Baltodano Zúñiga portadora de la cédula de identidad 6-0405-0840, estudiantes de la carrera de Licenciatura en Administración de empresas de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotege, Campus Nicoya, declaramos bajo juramento que:

1. Somos autoras del trabajo “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PALETAS ARTESANALES EN EL DISTRITO DE NICOYA, GUANACASTE, COSTA RICA, EN EL PERIODO 2020-2022” bajo la modalidad de Proyecto Final de Graduación, presentado para obtener el título de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera.
2. El presente trabajo no ha sido plagiado, ni total ni parcialmente, para el cual se respetaron las Normas Internacionales de Citas y Referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo no atenta contra derecho a terceros.

Por lo anterior, mediante la presente juramentación asumimos frente a la Universidad Nacional de Costa Rica, cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría, originalidad y veracidad del contenido del proyecto.

Sara Morales Alán

Sustentante

Shio Ying Baltodano Zúñiga

Sustentante

Declaración sobre derechos de autor

Con base a la legislación Costarricense, sobre los derechos de autores y en específico la ley N° 6683, queda totalmente prohibida la reproducción parcial o total de este trabajo, sin la autorización de las autoras.

Sara Morales Alán

Cédula: 5-0381-0968

Shio Ying Baltodano Zúñiga

Cédula: 6-0405-0840

Índice

CAPÍTULO I ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	16
1.1 Planteamiento del problema	17
1.1.1 Antecedentes	17
1.1.2 Descripción del problema.....	18
1.1.3 Formulación del problema.....	19
1.1.4 Sistematización del Problema.....	19
1.2 Justificación de la investigación.....	19
1.2.1 Justificación Teórica.....	21
1.2.2 Justificación metodológica.	22
1.2.3 Justificación Práctica.....	24
1.3 Delimitación	25
1.3.1 Institucional.	25
1.3.2 Espacial.	25
1.3.3 Temporal.....	25
1.4 Objetivos de la investigación	25
1.4.1 Objetivo General.	26
1.4.2 Objetivos Específicos.....	26
1.5 Metodología de la investigación	26
1.5.1 Tipo de investigación.	26
1.5.2 Enfoque de la investigación.	27
1.5.3 Fuentes de la investigación.....	28
1.5.4 Variables de la investigación.....	29
1.5.5 Población	38
1.5.6 Instrumentos para la recolección de datos.....	42

1.5.7 Análisis e interpretación de la información	43
1.6 Alcances y limitaciones.....	43
1.6.1 Alcances	43
1.6.2 Limitaciones	44
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	45
2.1 Administración	46
2.1.1 Funciones de la administración.....	47
2.2 Empresa	49
2.2.2 Clasificación de las empresas.....	49
2.3 Proceso de inscripción a Tributación	51
2.3.1 Inscripción, modificación y des-inscripción	52
2.4. Naturaleza del proyecto.....	52
2.4.1 Estudio Legal	53
2.4.2 Estudio Técnico.....	54
2.4.3. Estudio de mercado	62
2.4.4 Análisis de la competencia.....	66
2.4.5 Estudio financiero.....	67
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	75
3.1 Generalidades	76
3.2 Historia del helado en Costa rica.....	77
3.3 Competencia en la industria de helados en Costa Rica	78
3.4 Producción Artesanal.....	79
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADO	81
4.1 Estudio legal	82
4.1.1 Trámite en acueductos y alcantarillados (AYA)	83

4.1.2	Tramite en Coopeguanacaste RL	84
4.1.3	Trámites Municipalidad de Nicoya	85
4.1.4	Trámite en Tributación.	88
4.1.5	Trámite en Ministerio de salud	88
4.1.6	Trámite en Instituto Nacional de Seguros	90
4.2	Estudio administrativo.....	93
4.2.1	¿Quiénes somos?	94
4.2.2	Misión.....	94
4.2.3	Visión	94
4.2.4	Principios y valores	94
4.2.5	Organigrama	95
4.2.6	Departamentos laborales	95
4.2.7	Salarios	96
4.2.8	Inversiones.....	96
4.2.9	Ingeniería del proyecto.....	101
4.3	Estudio de mercado.....	109
4.3.1	Mercado	109
4.3.2	Análisis del mercado	110
4.3.3	Oferta y demanda del mercado.....	112
4.3.4	Demanda	113
4.3.5	Oferta	114
4.3.6	Punto de venta y distribución	114
4.3.7	Punto de venta	114
4.3.8	Distribución	115
4.3.9	Estrategia de comercialización	115

4.3.10 Desarrollo de la marca	118
4.4 Estudio financiero	121
4.4.1 Inversión inicial.....	122
4.4.2 Capital de trabajo	124
4.3.3 Opciones de financiamiento	124
4.3.4 Costos de producción de la empresa.....	126
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
5.1 Estudio Legal.....	139
5.1.1 Conclusiones	139
5.1.2 Recomendaciones	139
5.2 Estudios Técnico	140
5.2.1 Conclusiones	140
5.2.2 Recomendaciones	141
5.3 Estudio de Mercado.....	141
5.3.1 Conclusiones	141
5.3.2 Recomendaciones	142
5.4 Estudio Financiero.....	143
5.4.1 Conclusiones	143
5.4.2 Recomendaciones	143
RERERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	144
ANEXOS	153

Índice de ilustraciones

Ilustración 1	40
Ilustración 2	93
Ilustración 3	95
Ilustración 4	99
Ilustración 5	105
Ilustración 6	106
Ilustración 7	108
Ilustración 8	119

Índice de tablas

Tabla 1. Detalle de instituciones y documentos para el cumplimiento de los aspectos legales.....	30
Tabla 2. Variable de Aspectos Legales	34
Tabla 3. Variable de Aspectos Técnicos	35
Tabla 4. Variable de Aspectos de Mercado	36
Tabla 5. Variable de Aspectos financieros	37
Tabla 6. Inversión inicial.....	99
Tabla 7. Equipo y oficina	100
Tabla 8. Terreno y construcción.....	100
Tabla 9. Vehículo	100
Tabla 10. Demanda del producto	113
Tabla 11. Proveedores.....	121
Tabla 12. Gastos en requisitos.....	122
Tabla 13. Inversión inicial para la empresa	123
Tabla 14. Equipo de Oficina	123
Tabla 15. Terreno y Obra	124
Tabla 16. Vehículo	124
Tabla 17. Detalle del préstamo inversión inicial	125
Tabla 18. Detalle del préstamo de vehículo	126

Tabla 19. Detalle del préstamo capital de trabajo	126
Tabla 20. Equipos y depreciación en línea recta.....	127
Tabla 21. Precios y equipo necesario para el proyecto en colones	128
Tabla 22. Detalle de costo de capital	130
Tabla 23. Flujo de caja proforma enero a diciembre 2022 (Monto en colones)	131
Tabla 24. Valor Actual Neto en colones	132
Tabla 25. Tasa Interna de Retorno	132
Tabla 26. Periodo de recuperación	132
Tabla 27. Escenario pesimista	133
Tabla 28. Valor Actual Neto en colones	134
Tabla 29. Tasa Interna de Retorno	134
Tabla 30. Escenario Optimista	135
Tabla 31. Valor Actual Neto en colones	136
Tabla 32. Tasa Interna de Retorno	136
Tabla 33. Escenario realista.....	136

Indice de anexos

Anexo 1	154
Anexo 2.....	154
Anexo 3.....	155
Anexo 4.....	155
Anexo 5.....	156
Anexo 6.....	156
Anexo 7.....	157
Anexo 8.....	157
Anexo 9.....	158
Anexo 10.....	158
Anexo 11.....	159
Anexo 12.....	159
Anexo 13.....	160
Anexo 14.....	160

Anexo 15..... 161
Anexo 16..... 162
Anexo 17..... 163
Anexo 18..... 164
Anexo 19..... 165
Anexo 20..... 168
Anexo 21..... 171

Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a Dios por darnos la posibilidad de continuar con este proyecto a pesar de las adversidades y por la perseverancia que nos ha dado para finalizar nuestra anhelada Licenciatura.

Asimismo, agradecemos a nuestras familias quienes han sido el principal motor durante toda la carrera, y nos acompañaron de la mano en este largo camino, dándonos las razones suficientes para nunca rendirnos.

De igual forma, agradecemos a la Universidad Nacional, Sede Chorotega, con todos y cada uno de los docentes que nos formaron, por permitirnos crecer de la mano de nuestras maternidades recibiéndonos incluso con nuestros hijos e hijas en las aulas.

Por último, a nuestros letores Paula, Segnini y a nuestro tutor Luis Bermúdez, por confiar en nosotras, y tenernos paciencia a lo largo del tiempo en que se llevó a cabo esta ardua labor, gracias por brindarnos su apoyo para lograr concluir con éxito este proyecto, nos han demostrado su disposición con gran profesionalismo.

Gracias.

Dedicatoria

Dedico este esfuerzo a mi madre, mi esposo y mis dos pequeños hijos; a mi madre Ilsy Alán Mora por impulsarme desde el inicio a cursar la carrera y ser mi mayor fuente intelectual e incluso mi complice revisando o aportando en cada tarea/proyecto; a mi esposo Yor por impulsarme a seguir cuando estuve a punto de rendirme, por contagiarme de sus hábitos de perseverancia y sed intelectual (entre otros); y por su puesto a mis hijos, Siara y Anthony quienes son mi mayor motivo para crecer y mejorar cada día, ellos cursaron conmigo esta carrera dentro de mi vientre y en mis brazos, tanto en las aulas como frente al ordenador formaron parte de este proyecto.

Sara

Dedicatoria

Con mucho cariño y amor para Camila, mi hija, quien estuvo conmigo en todo momento desde bebé fue mi compañera en las aulas cuando no tenía con quien dejarla, ella es mi mayor inspiración para ser la profesional que hoy soy, además darle un ejemplo por seguir, me vio en los mejores y peores momentos esto le enseñará que todo esfuerzo tiene su recompensa.

Shio

CAPÍTULO I ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.1 Planteamiento del problema

En el presente apartado se describirán aspectos relacionados con el planteamiento del problema, entre ellos los antecedentes, la descripción, la formulación y la sistematización; además de las limitaciones metodológicas, variables y objetivos.

1.1.1 Antecedentes

La industria peletera en Costa Rica ganó fuerza en los últimos años, actualmente de manera formal existen las siguientes empresas dedicadas exclusivamente a este tipo de negocio de fabricación y venta de paletas las cuales son: “Yolobon, La Paletería, Enpaleta, Bonavida, Frost y Stickhouse” (Fallas Villalobos, 2018) pero ninguna ubicada en el Distrito de Nicoya; la empresa Yolobon es reconocida por vender paletas de frutas natural de productores locales.

En la localidad se identifica a la señora Nidia quien desde la informalidad de su hogar (ubicado a 50 metros hacia al sur de la Municipalidad de Nicoya) es famosa por la venta de sus helados artesanales, esto a nivel de venta directa al por menor y al corte artesanal; pero en referencia a competencia de la venta al por mayor (B2B), se encuentra a ChaRo y helados Sensación e incluso Dos Pinos, la única diferencia es que las paletas de estas marcas no son de tipo artesanal.

Cabe destacar que las paletas surgen bajo el concepto de “helado artesanal” con un poco de uso de algunas maquinarias de congelación rápida de corte semi industrial lo que acelera los procesos productivos, sin perder la esencia y el sabor artesanal, dando así “resultados únicos, que le permiten competir en sabor y calidad con los grandes productores locales” (Abissi, 2016, párr.13). De tal forma es pertinente mencionar que las condiciones de la zona de Nicoya donde se pretende desarrollar este proyecto dedicado a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022, es un negocio que tiene más éxito en lugares en donde los clientes busquen maneras de refrescarse al consumir una paleta helada.

En la península de Nicoya, específicamente en este distrito es donde predominan las zonas más secas y cálidas del país, en general las temperaturas fluctúan “entre 24°

a 27°C, solo con dos períodos de estacionalidad bien definidos”, según menciona (Galindo Segura, 2018, p.21); se consideró esta condición propicia y este hecho se identificó como una oportunidad de negocio, aún no desarrollada en el distrito.

De igual manera, como expresa Holden, citado en Navarro (2017): “En el mundo desarrollado, pequeños negocios exitosos son el principal motor de creación de empleos, aumento de los ingresos y reducción de la pobreza” (p.11). Lo anterior dio congruencia a ofrecer un producto innovador acorde con las necesidades, condiciones y oportunidades que ofrece la zona, que además sea de bajo costo, donde las personas tanto niños como adultos con la necesidad de un consumo saludable tengan una experiencia diferente de consumir una paleta helada artesanal refrescante, con productos naturales, con bajo contenido de grasas, manteniendo la calidad y con excelente servicio al cliente.

1.1.2 Descripción del problema

La creación de esta empresa ofrece al mercado la posibilidad de un negocio exitoso, con productos frescos de la región; genera además fuentes de empleo, como afirma Abissi (2016, párr. 23) “el éxito de los productos se da gracias a los cambios en los hábitos de consumo de los costarricenses, quienes ahora se preocupan más por comer saludablemente, conocer la procedencia de lo que consumen” (párr. 21), por lo que se considera este emprendimiento como una oportunidad de negocio adecuada a las necesidades de un mercado bastante amplio y accesible.

Por otra parte, es de conocimiento general que el emprendedurismo es uno de los motores de la economía Nacional, además de las condiciones climatológicas, las características del mercado y la competencia, en el distrito Nicoyano, fue necesario el análisis y evaluación de las condiciones para crear una paletería artesanal, con el fin de reconocer la viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya.

El presente proyecto tuvo como finalidad tomar una decisión de inversión inteligente y apegada a la realidad demandada del distrito de Nicoya, dado que las condiciones

observadas de forma preliminar dieron un buen punto de partida para realizar la investigación y con ello, formular las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

1.1.3 Formulación del problema.

¿Es viable y factible crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el Distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, ¿en el periodo 2020-2022?

1.1.4 Sistematización del Problema

- a) ¿Existen limitaciones en cuanto a la normativa jurídica, legal y ambiental costarricense para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el Distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, ¿en el periodo 2020-2022?
- b) ¿Se cuenta con las condiciones técnicas para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el Distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, periodo 2020-2022?
- c) ¿Brinda el Distrito de Nicoya la oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción requerida para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el Distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, periodo 2020-2022?
- d) ¿Será financieramente rentable la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el Distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, periodo 2020-2022?

1.2 Justificación de la investigación

La investigación propuso evaluar la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022, con el objetivo de aportar información que apoye la toma de decisiones para la creación de este emprendimiento. De igual forma se estudió los gustos y preferencias del consumo de paletas del mercado Nicoyano, evidenciando las iniciativas saludables de consumir una paleta hecha con productos de calidad, con proveedores de la zona. Además, se consideró la

diferencia más relevante de las demás marcas existentes en el mercado de helados, las cuales elaboran sus helados de manera industrial con saborizantes, colorantes, producciones con alto contenido de grasa.

Este proyecto considera la posibilidad de fabricar y vender paletas artesanales a base de agua, leche y sus derivados (yogurt, queso cremas, etc.) que son realizables mediante procesos productivos sencillos y de fácil elaboración, donde cualquier persona pueda degustar un alimento equilibrado, con sus pilares en un servicio de calidad y una experiencia única de consumir un alimento fabricado 100% con fruta natural.

Con el fin de lograr éxito en esta propuesta, y cumpliendo con los Ejes Transversales de la Universidad Nacional, se implementó un enfoque basado en la Educación y Desarrollo Integral, por su apoyo al emprendimiento para el desarrollo local, fomentando estilos de vida saludables; como segundo punto por su aporte a la producción ecoeficiente, y de recursos naturales acordes con este proyecto por la innovación en cuanto a la producción de paletas artesanales, helados con mayor valor nutritivo por su contenido de frutas naturales.

De manera que se proporcionó una herramienta académica que permitió la creación de este negocio, para fomentar oportunidades de empleo directo e indirecto para sus ciudadanos, y con ello el desarrollo económico a la zona. Asimismo, se consideraron como elementos didácticos para una mejor comprensión de los temas y estrategias por implementar que fueron fundamentales para la evolución financiera de esta empresa.

Por tanto, la evaluación objetiva de viabilidad y factibilidad aprobó la puesta en marcha de este negocio, aprovechando las ventajas del mercado, llevando al consumidor un producto diferenciado, teniendo en cuenta que los clientes hoy día realizan compras inteligentes, informándose sobre los productos y procesos de fabricación y comercialización.

1.2.1 Justificación Teórica.

La creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022, es un proyecto que se llevó a cabo, bajo la necesidad económica y poca oferta laboral presente en la región de Nicoya.

En esta investigación los resultados obtenidos fueron utilizados para conocer la viabilidad y factibilidad, para tener seguridad de que su ejecución no representa pérdidas económicas; porque algunos proyectos pueden ser viables, acatando la formalidad para su actividad, pero no son factibles porque los recursos con los que se cuenta no permiten alcanzar las utilidades esperadas. Cabe mencionar que este proyecto se apoyó en cuatro estudios los cuales permitieron saber su viabilidad y factibilidad, los cuales son: factor legal, técnico, de mercado y financiero.

Se debe considerar primeramente el estudio legal, como encargado de analizar la legislación costarricense en materia jurídica, legal y ambiental de la actividad comercial de fabricación y venta de paletas artesanales, esto para determinar los requisitos obligatorios a los cuales debe apegarse la empresa. Entre la normativa vigente se identifican: Leyes sanitarias en la preparación de alimentos, ley 7600, ley 6430, entre otras.

El siguiente estudio en importancia es el técnico, necesario para determinar los requerimientos para el correcto desempeño de la actividad por realizar, en los cuales se puede mencionar la mano de obra, tamaño del proyecto, la inversión, el capital necesario, y los costos de operación. Sobre ello Ibarra Ponce (2019), menciona que “el estudio técnico es una de las etapas de un proyecto de inversión que busca estudiar las variables que están relacionadas con los ingresos y gastos incurridos durante un periodo de tiempo determinado” (p.18). Su finalidad fue determinar la inversión inicial de los recursos y sus costos, para establecer la viabilidad económica, logrando una utilización eficiente con la elección de las mejores alternativas.

Asimismo, se identificó al estudio de mercado el cual analizó los factores determinantes de la competencia, demanda, precio, producto, plaza y promoción que

tendrá la empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya. Condiciones analizadas de acuerdo con Torres (2018):

Estudiar la viabilidad comercial permitirá determinar si el mercado es o no sensible al bien producido por el proyecto y si éste será aceptado para su consumo, es lo que ayudará a determinar la postergación o el rechazo del proyecto, sin necesidad de asumir los costos que representan un estudio completo. (p.17)

El último estudio que se desarrolló es el financiero, encargado de evaluar la rentabilidad del proyecto, en conjunto con los estudios anteriores, esto para determinar costos y tiempos de la inversión del proyecto. En concordancia con Gallardo, citado en Valenzuela Cuevas (2018) donde señala que el principal objetivo de este estudio:

Consiste en determinar la viabilidad financiera que tiene el proyecto en términos de la recuperación del capital invertido, de la capacidad de pago de los créditos y de conocer y ponderar los efectos que esto tendría sobre la liquidez, el rendimiento y el riesgo de la empresa (p.44).

La implementación de este estudio es de suma importancia porque proporcionó datos para el desarrollo de flujos de caja proyectados, los estados financieros proforma, desarrollo del valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación (PR), tasa media de recuperación (TMR), el Punto de Equilibrio, el Grado de Apalancamiento Operativo, Financiero y Total del proyecto, para satisfacer las necesidades de los consumidores y que la empresa genere la ganancia deseada.

1.2.2 Justificación metodológica.

Para el desarrollo de este proyecto en cuanto a los estudios de viabilidad y factibilidad, se llevó a cabo por medio del análisis legal, técnico, de mercado y financiero. Donde para cada uno de ellos se utilizó un método de recolección de datos diferente, se visitaron y realizaron diversas llamadas, mensajes y correos a instituciones para recolectar la información para su análisis.

1.2.2.1 Estudio Legal.

Se realizó por medio de la recolección de información de las diversas fuentes, una de las principales el Sistema Costarricense de Información Jurídica, que da acceso a leyes relacionadas con la actividad comercial y los datos de las diferentes instituciones como: Municipalidad de Nicoya, Ministerio de Salud, Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S), Instituto Nacional de Seguros (INS), Tributación Directa, Registro Nacional, Acueductos y alcantarillados (AYA), Coopeguanacaste, todo lo anterior con el fin de conocer la viabilidad y los requisitos correspondientes para la creación de una empresa en territorio nacional.

1.2.2.2 Estudio Técnico.

Para efectos del estudio técnico se recopiló información técnica de la empresa, se contempla dentro de los aspectos técnicos necesarios en el uso eficiente de los recursos humanos, materiales y económicos, para la puesta en marcha del proyecto: la mano de obra, tamaño del proyecto, la inversión, el capital necesario, y los costos de operación. profesionales

Esta información se obtuvo mediante entrevistas a profesionales, encuestas, mensajes, correos y videollamadas, además de un cuestionario aplicado a una muestra de la población del distrito de Nicoya con un rango etario entre los 25 y 59 años. Los instrumentos que se emplean específicamente serán: la entrevista, correos y llamadas o videollamadas a profesionales en el área, los cuestionarios a la muestra y con el acceso a la web, para las cotizaciones respectivas del menaje, mobiliarios y equipos, entre otros.

1.2.2.3 Estudio de Mercado.

Este estudio permitió identificar los clientes de la paletería artesanal en el distrito de Nicoya, se incluyeron aspectos económicos como: la competencia, demanda y oferta, al igual que los aspectos de mercado: precio, producto, plaza y promoción de la región, por medio de un cuestionario que se aplicó a una muestra del distrito de Nicoya, con un rango entre los 25 y 59 años.

1.2.2.4 Estudio Financiero.

El estudio financiero dio a conocer la rentabilidad del proyecto por realizar, por medio de la elaboración de flujos de caja proyectados, necesario para estimaciones de ingresos y gastos en un determinado periodo, desarrollo del valor actual neto (VAN), el cual tuvo como objetivo determinar si el proyecto tiene beneficios o producirá pérdidas en el tiempo, que en tal caso de ser negativo el VAN se rechazaría dicho proyecto, sin embargo, si es mayor a cero, sí se podría llevar a cabo.

También se utilizó la tasa interna de retorno (TIR), para conocer si aún con los riesgos de mercado el proyecto puede ejecutarse, para el caso del periodo de recuperación (PR), se determinó la cantidad de tiempo que tardará la empresa en recuperar los costos de inversión, tasa media de recuperación (TMR), en función del indicador para definir el tiempo de recuperación total de la inversión a valor presente.

En cuanto al Punto de Equilibrio, el Grado de Apalancamiento Operativo, Financiero y Total del proyecto, permitió establecer antes de iniciar la empresa el nivel óptimo entre cantidad y ventas para recuperar la inversión, considerando los costos fijos y variables de la empresa.

1.2.3 Justificación Práctica.

Se consideró que la investigación generó como primer aporte práctico, la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el Distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022, que gracias a la utilización de los cuatro estudios (legal, técnico, mercado y financiero), se demostró, que el proyecto por realizar es viable y factible.

También, funcionó para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de administración, y ampliar el discernimiento el cual conlleva a la creación de una empresa, de forma tal que se conoce la parte de requerimientos legales obligatorios por todas las instituciones en Costa Rica, para iniciar un negocio.

De igual manera se creó y aplicaron instrumentos para la recolección de información, identificar el mercado, también, para estimar la rentabilidad del proyecto

de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, por medio de un Flujo de Caja y Estados Financieros Proyectados con técnicas como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación (PR), Tasa media de Recuperación (TMR), y se determinó el Punto de Equilibrio, el Grado de Apalancamiento Operativo, Financiero y Total del proyecto.

1.3 Delimitación

Con esta investigación se estableció la información suficiente para tomar la decisión de inversión que necesita el proyecto de las paletas artesanales, y su puesta en marcha. Actualmente se toman en cuenta las siguientes limitaciones en el proyecto:

1.3.1 Institucional.

Este proyecto tuvo una delimitación institucional que involucró la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de una paletería artesanal en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022.

1.3.2 Espacial.

Este proyecto se llevó a cabo en el Cantón de Nicoya, perteneciente a la provincia de Guanacaste, Costa Rica, específicamente en el distrito de Nicoya.

1.3.3 Temporal.

Respecto a la delimitación temporal de la investigación se realizó en el periodo comprendido durante el año 2020 y 2022, desde el comienzo hasta su presentación.

1.4 Objetivos de la investigación

En esta sección se describe el objetivo principal que se espera alcanzar con la presente investigación, con la idea principal de establecer si este proyecto cuenta con la viabilidad y factibilidad óptimas para ser desarrollado. Asimismo, se plantean los objetivos específicos necesarios para comprobar las condiciones de este proyecto en relación con los aspectos legales, técnicos, de mercado y financieros.

1.4.1 Objetivo General.

Determinar la viabilidad y factibilidad, por medio de un estudio legal, técnico, de mercado y financiero, para el establecimiento de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022.

1.4.2 Objetivos Específicos.

1. Determinar el cumplimiento de las obligaciones de la normativa jurídica, legal y ambiental costarricense, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022.
2. Identificar las condiciones técnicas para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022.
3. Establecer, por medio de un análisis de la oferta, la demanda, competencia, precio, producto y promoción, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022.
4. Determinar si el proyecto es financieramente rentable, por medio de un estudio financiero, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, en el periodo 2020-2022.

1.5 Metodología de la investigación

La metodología es sin duda uno de los aspectos de mayor relevancia dentro de la investigación, porque se desarrolló de manera ordenada, clara, precisa y concisa de cada aspecto para crear una base sólida de información, que a su vez sea de fácil comprensión para los interesados. Dentro de esta se desarrolló los siguientes puntos:

1.5.1 Tipo de investigación.

El proyecto se desarrolló mediante el tipo de investigación descriptivo, necesario para tener claridad acerca de los gustos y preferencias ante un producto 100%

artesanal y así construir un punto de referencia para establecer comportamiento de los clientes; buscó identificar las características de la población de estudio consumidora de este tipo de productos y permitió determinar la segmentación específica para las paletas, su adecuada promoción y comercialización.

La Investigación Descriptiva estuvo orientada al análisis de situaciones, eventos o hechos, es decir el comportamiento de un fenómeno específico. Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018) señalan que:

Los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. (p. 108)

Por tanto, este estudio pretendió recopilar la información necesaria para la puesta en marcha de un proyecto enfocado a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022.

1.5.2 Enfoque de la investigación.

En cuanto al enfoque que se desarrolló en esta investigación, fue Cuantitativo, debido a que se focaliza en el estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022; el cual fue compuesto por un proceso ordenado de: recolección y análisis de datos; no a generar ninguna hipótesis en su desarrollo. Algunas de las características de este enfoque según los autores Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, y Torres Santamaría (2018) son:

Maneja la recolección de la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las hipótesis establecidas en capítulos iniciales de la investigación.

Este enfoque utiliza herramientas de análisis estadísticas, se tiene la idea de investigación, se formulan los objetivos, se derivan las hipótesis, se eligen las

variables del proceso y mediante un proceso de cálculo se contrastan las hipótesis. Este tipo de investigación gracias a sus procesos y por su naturaleza puede ser medible o cuantificable. (p.66)

Por lo anterior, se puede decir que en el desarrollo de la investigación se llevó a cabo de manera estricta dicho proceso de manera que se pudiera establecer si el proyecto era viable y factible para implementarle con seguridad.

1.5.3 Fuentes de la investigación.

Las fuentes de la información fueron de mucha importancia en el desarrollo de este estudio de viabilidad y factibilidad, debido a que brindó los requerimientos necesarios para el desarrollo del proyecto y los datos precisos para su posterior análisis. De acuerdo con Cruz García (2019) “Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, acceso y búsqueda de la información, su objetivo principal es el de buscar, fijar y difundir la fuente de información implícita en cualquier soporte físico”. Las cuales se clasifican en dos grupos:

1.5.3.1 Fuentes Primarias.

Las fuentes primarias que se utilizaron y todos los datos de la realización de los estudios, fue aportada por medio de la opinión de profesionales, cuestionarios, correos electrónicos, llamadas y visitas programadas. Según Rivera y González (2015) estas fuentes “contienen información original, es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluada por otra persona” (p.3). La información primaria representa una parte esencial de este proyecto a razón de que por este medio se alcanza a reconocer aspectos relevantes relacionados, por ejemplo, con el mercado o los aspectos técnicos y legales.

1.5.3.2 Fuentes Secundarias.

Según Maranto y González (2015) las fuentes secundarias: “son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la

información de la fuente primaria” (p.3). Las fuentes secundarias son en su mayoría virtuales, por medio de la red, en plataformas fidedignas y académicamente confiables.

De esta manera se utilizaron fuentes de información de leyes y reglamentos, para el estudio legal. Asimismo, se emplearon fuentes electrónicas, bibliográficas relacionadas con el tema y manuales para la obtención de información del estudio técnico. De igual forma, estudios precedentes para el desarrollo de mercado, con ello poder observar los resultados que se obtuvieron dentro del estudio financiero.

1.5.4 Variables de la investigación

Es prudente describir el modo en que se abordan los temas relacionados con aspectos de origen legal, técnico, de mercado y financiero, de manera que se tenga una visión amplia de cada una de las variables, necesarias para comprobar la viabilidad y factibilidad del proyecto.

1.5.4.1 Aspecto Legal.

Respecto al cumplimiento de obligaciones de la normativa jurídica, legal y ambiental costarricense, se realizó la recolección de información por medio de las páginas oficiales de cada institución, debido a que se identifica que se tiene acceso a la información con solo navegar en los sitios web de: la Municipalidad de Nicoya, el Ministerio de Salud, la Caja Costarricense del Seguro Social, el Instituto Nacional de Seguros, Tributación Directa, el Registro Nacional, Acueductos y alcantarillados (AYA), Coopeguanacaste RL. Se llamó y envió correo a los departamentos correspondientes para acceder a más detalle de la información.

Asimismo, se realizaron entrevistas mediante llamadas telefónicas a las entidades para aclarar los requisitos para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya. Las informaciones recolectadas mediante estas entrevistas confirmaron cada requisito, documento o trámite permitido para las características del proyecto y la localidad específica en la que se pretende establecer el negocio.

Tabla 1. Detalle de instituciones y documentos para el cumplimiento de los aspectos legales.

Nombre de la Institución	Nombre del documento
Instituto Nacional de Seguros	<ul style="list-style-type: none"> • D0190 Solicitud de póliza Seguro de Riesgos del Trabajo
Municipalidad de Nicoya	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario de uso de suelo • Formulario de licencia comercial
Ministerio de salud	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario de permiso sanitario de funcionamiento
Caja Costarricense del Seguro Social	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario para solicitud seguro CCSS trabajador independiente. • Solicitud inscripción PATRONO PERSONA FÍSICA CCSS. • Solicitud inscripción PATRONO PERSONA JURÍDICO CCSS
Acueductos y alcantarillados	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario GNU-41-F1 Solicitud de Constancia de Disponibilidad AYA • Formulario GNU-42-F1 Solicitud de un nuevo servicio AYA
Tributación Directa	<ul style="list-style-type: none"> • Inscripción Registro único tributario
Coopeguanacaste R.L.	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos servicios eléctricos
Ministerio de industria economía y comercio (MEIC)	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario PYME

Fuente: Elaboración Propia (2020)

1.5.4.2 Aspectos técnicos.

Para el estudio técnico se trabajó con la idea de valorizar económicamente aspectos que permitan un costo de los recursos necesarios para el desarrollo de este, esto aporta información para el estudio financiero, de manera que se pueda demostrar a la viabilidad técnica del proyecto, adaptándose también a las necesidades y a las capacidades del empresario.

En este estudio técnico se realizaron cotizaciones de mobiliario, equipo, utensilios, vehículos, mediante plantillas de cotización donde se identificaron los requerimientos para la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, con respuesta de tres proveedores nacionales o

internacionales, con el fin de cotizar los precios y la calidad más conveniente para el proyecto.

Por otra parte, según los hábitos de consumo del segmento del mercado estudiado, se determinó la cantidad de ventas promedio en relación con la cantidad promedio de consumidores, que se refleja en el flujo de caja, por ende, se determinó el equipo humano y material, además de las instalaciones acorde con el mercado.

15.4.3 Aspectos de Mercado.

Los análisis de oferta, demanda, competencia, precio, producto, plaza y promoción, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, se determinó mediante un cuestionario, instrumento aplicado a los habitantes del distrito de Nicoya con un rango entre los 25 y 59 años de edad, el cual fue creado virtualmente en Google formularios, y se envió el enlace de dicho formulario por diversos medios electrónicos de comunicación, como *Messenger de Facebook*, *WhatsApp* y correos electrónicos, de manera aleatoria, conforme los encuestados reenvían el formulario la información se tabula en el mismo sistema de forma automática registrando la hora y día exacto, lo que facilitó el proceso de análisis de este instrumento.

La operacionalización de los instrumentos se realizó de manera que la información recolectada en un instrumento equipare con datos recaudados en otro, esto vinculando los datos por recolectar, tanto en la elaboración de los instrumentos como en su análisis.

La investigación agrupa las variables económicas como demanda, oferta y competencia las cuales fueron abordadas tanto en las entrevistas a profesionales en el aspecto técnico, el cuestionario y la observación del mercado Nicoyano. Para examinar el *marketing* de la empresa, se analiza la información de los atributos del producto, precio, plaza y promoción, inicialmente en el cuestionario, y posteriormente se realizaron observaciones del mercado mismo, guiadas bajo la experiencia de la emprendedora del proyecto.

1.5.4.4 Aspectos Financieros.

Respecto a la variable de aspectos financieros, el objetivo fue evaluar si el proyecto era factible, para estos efectos se tomaron en cuenta algunas de las preguntas del cuestionario, las entrevistas a expertos, además, se procuró la creación de los datos, a partir de los tres estudios realizados y la puesta en práctica del conocimiento administrativo.

Se elaboraron los flujos de caja, necesario para determinar ventas y gastos en un determinado periodo, desarrollo del valor actual neto (VAN), el cual tiene como objetivo determinar si el proyecto tendrá beneficios o producirá pérdidas en el tiempo, que en tal caso de ser negativo el VAN se rechazaría el proyecto, sin embargo, si es mayor a cero, sí se podría llevar a cabo.

También se utilizará la tasa interna de retorno (TIR), para conocer que aun con los riesgos de mercado el proyecto puede ejecutarse, para el caso del periodo de recuperación (PR), determinará la cantidad de tiempo que tardará la empresa en recuperar los costos de inversión, tasa media de recuperación (TMR), en función del indicador para definir el tiempo de recuperación total de la inversión a valor presente.

En cuanto al Punto de Equilibrio, el Grado de Apalancamiento Operativo, Financiero y Total del proyecto, permitieron establecer antes de iniciar la empresa el nivel óptimo entre cantidad y ventas para recuperar la inversión, considerando los costos fijos y variables de la empresa, todo lo anterior con ayuda de una computadora se trabajó en plantillas de *Excel* que pueden ser intercambiadas por las estudiantes en *WhatsApp*, para su análisis grupal. Para el aspecto financiero deben considerar también:

- ✓ Precios de la competencia de helados con similar presentación.
- ✓ Evolución de los precios de los insumos utilizados en la preparación de las paletas.
- ✓ Evolución en el comportamiento de salarios mínimos, electricidad, agua, teléfono y alquileres.

1.5.4.5 Variables de la investigación.

A continuación, se presenta información relevante de cada una de las variables, representadas por los aspectos, legales, técnicos de mercado y financieros, indispensables para el alcance de los objetivos específicos de la investigación y por ende determinantes para comprobar la viabilidad y factibilidad del proyecto.

Tabla 2. Variable de Aspectos Legales

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentos
<p>Determinar el cumplimiento de las obligaciones de la normativa jurídica, legal y ambiental costarricense, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya.</p>	<p>Aspecto legal</p>	<p>Mediante este estudio se determinará si la operación del proyecto se encuentra según las normas legales y regulaciones relacionadas con la naturaleza y actividad del proyecto.</p>	<p>Respecto a los requisitos legales necesarios para la implementación de este proyecto, se debe indagar en las siguientes instituciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Municipalidad de Nicoya ✓ Ministerio de Salud ✓ Caja Costarricense del Seguro Social ✓ Instituto Nacional de Seguros ✓ Tributación Directa ✓ Registro Nacional ✓ Acueductos y alcantarillados (AYA) ✓ Coopeguanacaste 	<p>Mediante visitas institucionales, web, y llamadas telefónicas, se recolectarán los siguientes instrumentos:</p> <p>Uso de suelo, Inscripción como contribuyente, Inscripción en seguro social, Permisos sanitarios, Registro sanitario, Pólizas de Riesgos, Patente municipal, Registro de marca, Certificados y permisos, Cuentas bancarias, Registro pyme</p>

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Tabla 3. Variable de Aspectos Técnicos

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentos
Identificar las condiciones técnicas para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya.	Aspecto técnico.	Se contempla dentro de los aspectos técnicos necesarios en el uso eficiente de los recursos humanos, materiales y económicos, para la puesta en marcha del proyecto: la mano de obra, tamaño del proyecto, la inversión, el capital necesario, y los costos de operación.	Por medio de las entrevistas a profesionales del área técnica como ingenieros y arquitectos; y las encuestas que se realizan a personas entre los 25 y 59 años del mercado de Nicoya.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrevista a profesionales en el área técnica. ✓ Cuestionarios al mercado. ✓ Acceso a la web

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 4. Variable de Aspectos de Mercado

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentos
<p>Establecer, por medio de un análisis de la oferta, demanda, competencia, precio, producto y promoción, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya.</p>	<p>Aspecto del mercado.</p>	<p>Se puede definir como un conjunto de procesos que permiten adquirir información del ambiente en el que se ubicará la empresa para identificar las condiciones del mercado, la existencia de oportunidad de negocio para valorar la posibilidad de un proyecto se pueda solventar con el producto propuesto.</p>	<p>Para este apartado se debe conocer el mercado meta del emprendimiento de paletas artesanales, por esta razón será de importancia la realización de los cuestionarios que se pretenden aplicar a los estudiantes de noveno, décimo y undécimo de las instituciones seleccionadas.</p> <p>Los factores determinantes para este estudio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia ✓ Demanda ✓ Precio, empaque, sabor, color. ✓ Plaza y promoción ✓ Frecuencia de consumo y monto de compra. ✓ Gustos y preferencias. <p>Tipo de helado sustitutos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuestionarios ✓ Visitas ✓ Acceso a la web

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 5. Variable de Aspectos financieros

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentos
Determinar si el proyecto es financieramente rentable, por medio de un estudio financiero, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya.	Aspecto Financiero	Esta etapa del proyecto permite identificar y cuantificar puntualmente los rubros de ingresos y gastos de la empresa para tomar decisiones en cuanto a los riesgos y alcances que se pueden lograr. Lo cual busca indicar al inversionista si un proyecto tiene rentabilidad en relación con la solución de una necesidad identificada del mercado.	Se analizarán todos los aspectos de gastos, costos, para el desarrollo de flujos de caja proyectados, los estados financieros proforma, desarrollo del valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación (PR), entre otros, los cuales pretenden evaluar financieramente el proyecto. Además, se determinará el Punto de Equilibrio, el Grado de Apalancamiento Operativo, Financiero y Total del proyecto.	✓ Flujos de caja proyectados ✓ VAN, TIR, PR, TMR ✓ Análisis de sensibilidad.

Fuente: Elaboración propia (2020)

1.5.5 Población

La población de análisis del proyecto fueron las unidades de muestreo que comparten características similares, de acuerdo con Arias et al, (2016) esta se refiere a “un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados” (p. 201), esto con el objetivo de definir la aceptación de la paletería artesanal, dicha población se estimó de la siguiente forma:

De una población de 27 131 habitantes, siendo un total proyectado, basado en las proyecciones para el 2022 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en cuanto a Estadísticas demográficas. 2011 – 2025. Proyecciones nacionales. Población total proyectada al 30 de junio por grupos de edades, según provincia, cantón, distrito y sexo; se determinó que, dentro de esta población, los compradores finales en potencia dentro del distrito de Nicoya cuentan con un rango entre los 5 hasta los 64 años, la cual luego de su análisis indica que la mayor cantidad de población se ubica entre ese grupo de edad, según se evidencia (ver gráfico 1).

Se fundamentó el grupo este grupo de clientes finales por las siguientes razones, según menciona Ochoa (2019, p. 59) “entre los 4 y 5 años el niño comienza a mostrar capacidad para ajustar su comunicación a la perspectiva de los oyentes” por ello el rango de edad elegido, son los niños de 5 años la edad como base mínima para la presente investigación, es a partir de esa edad el infante han desarrollado su capacidad cognitiva adquiriendo mayor conciencia de pensamiento para tener libre elección en cuanto a gustos y preferencias.

Y se estableció como límite máximo de edad para la investigación los 64 años, sin embargo, se resalta que una persona de cualquier rango de edad puede degustar de una paleta, siempre que su salud física lo permita; Medellín et al (2019), son de opinión que:

Costa Rica tiene una población longeva y un pronóstico de que aumentará la esperanza de vida de la población en los próximos años [...] a medida que las personas envejecen, es más probable que pierdan autonomía para realizar actividades básicas

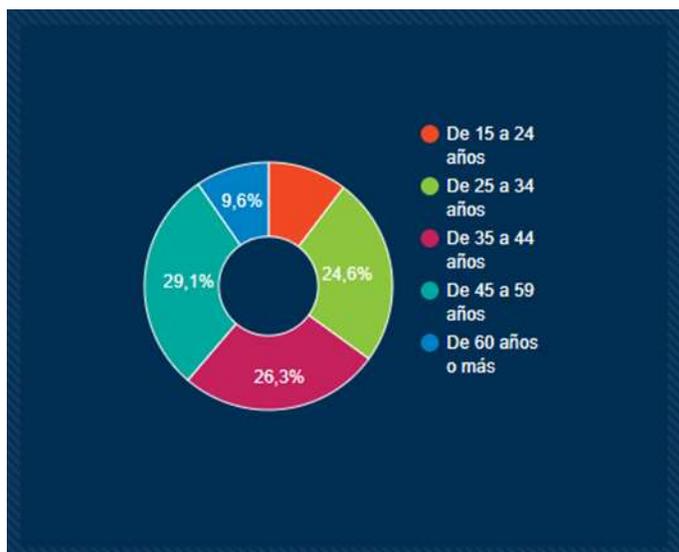
que permiten llevar una vida cotidiana independiente, y que requieran del apoyo de otras personas para realizarlas, volviéndose dependientes en términos funcionales (p. 9).

De acuerdo con Evans Meza (2015, p. 8) la esperanza de vida saludable (EVISA) la cual “significa el promedio en años que se pueden vivir con buena salud [...] la mediana de EVISA para la región de las Américas fue de 64 años, por enfermedades” es a partir de esa edad que inician las condiciones de salud degenerativos en las personas que imposibilitan realizar la mayoría de las actividades diarias.

El distrito de Nicoya cuenta con una población total estimada para el año 2022 de 27 131 personas, aproximadamente el 71 % se encuentra dentro del grupo de edad entre 5 y 64 años, condición propicia para que la muestra sea representativa para la creación de empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022.

Asimismo, cabe destacar que para el presente estudio se limita el grupo de edad ya mencionado a un rango considerado de poder adquisitivo que va desde los 25 hasta los 59 años de edad, basados en la estadística del III trimestre del 2021 sobre el porcentaje de personas ocupadas en Costa Rica, dato gráfico observado del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2021) donde evidencia que la población de personas ocupadas por grupo de edad, se distribuye de la siguiente forma de 25 a 34 ocupa un 24,6 %, de 35 a 44 equivale a un 26 % y de 45 a 59 con un 29,1 % lo cual suma un total 80 % de la población del país. Dicha información se comprueba en la siguiente Ilustración.

Ilustración 1. Personas ocupadas por grupo edad en el III Trimestre 2021 en Costa Rica



Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2021)

1.5.5.1 Muestra

El tipo de muestra que se utilizó en este documento fue probabilístico porque se seleccionarán los elementos mediante el muestreo aleatorio simple, esto se colaboró al observar lo mencionado por López y Fachelli (2015) “Una muestra no es más que la elección de una parte de un todo que es la población” (p. 11), la muestra es un extracto de la población que cumplen una misma condición, la cual fue toda persona dentro del grupo de edad entre 25 y 59 años en el distrito de Nicoya. Según Ordoñez Escobedo (2019) en este tipo de muestreo:

Para llevar a cabo la selección de los componentes de una muestra necesitamos una lista de los elementos muestrales que formen parte de la población del universo. Cada muestreo se selecciona mediante un procedimiento estadístico sobre los elementos, para garantizar la aleatoriedad (p, 18) para ello, se trabajó con un grupo de personas que cumpliera con las condiciones de la selección para que la muestra sea representativa.

En este caso se utilizó la fórmula estadística para calcular el tamaño de la muestra en una población finita, para ello se da el tamaño exacto de la población, aplicando la siguiente fórmula, dada por Gallo y Paredes (2017):

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

DONDE:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de población

Z: Nivel de confiabilidad

S ó °: Desviación estándar de la población

e: Error muestral o límite aceptable muestral entre la media muestral y media poblacional.

Se aplicó la fórmula con los siguientes porcentajes recomendables, para la desviación estándar de 0.50, el nivel de confianza del 95 % con Z equivalente a 1,95 y el límite de error aceptable de 0,05.

N: 11 597

$$n = (1,95)^2 * 0,50 * 0,50 * 11 597$$

$$(0,05^2) * (11 597-1) + (1,95^2) * (0,50) * (0,50)$$

n= 11 137,76

29,94

n = 372 personas

Análisis muestral: el instrumento se aplicó a 372 personas dentro del grupo de edad entre 25 y 59 años, en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022.

1.5.6 Instrumentos para la recolección de datos

Se consideran de gran importancia mencionar y describir los instrumentos utilizados para recolectar los datos de esta investigación, de los que se destacan las entrevistas y cotizaciones a profesionales, y el cuestionario, además del análisis e interpretación de la información, tomando en cuenta tanto los alcances como las limitaciones en el ejercicio de la investigación del proyecto; por lo que se describen respectivamente en esta sección.

1.5.6.1 Entrevista.

Esta forma de obtener información de una manera personal y enfocada a varios sujetos con conocimiento acerca de un tema en especial. Según los autores Troncoso Pantoja y Amaya Placencia (2016) la entrevista:

Es una de las herramientas para la recolección de datos más utilizada en la investigación, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. También está consciente del acceso a los aspectos cognitivos que presenta una persona o a su percepción de factores sociales o personales que condicionan una determinada realidad. (p. 329).

Por lo que se puede decir que es un instrumento que se ajusta a las necesidades de la investigación de campo, de manera que se recolecte información suficiente para la consecución de los objetivos investigativos.

1.5.6.2 Cuestionario.

Es uno de los instrumentos más utilizados para la recolección de información, por lo cual se llevó a cabo, con el fin de recolectar toda la información del mercado pertinente para el desarrollo del proyecto, puesto que este instrumento, según López y Fachelli (2015);“los cuestionarios constituye el instrumento de recogida de los datos donde

aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada, y en donde se consignan las respuestas mediante un sistema establecido de registro sencillo” (p. 17)

1.5.6.3 Observación.

La observación es un método de recolección de datos el cual permite al investigador observar fenómenos que se presente en el ambiente que está bajo investigación, y así poder dar criterio acerca de este. De acuerdo con Pulido Polo (2015) “La observación es uno de los procedimientos que permiten la recolección de información que consiste en contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida de un objeto social” (p. 1149).

1.5.7 Análisis e interpretación de la información

El análisis e interpretación de la información, se llevó a cabo por medio de la aplicación de entrevistas, cotizaciones y cuestionarios. Se analizaron los datos, por medio de la tabulación con ayuda del programa de Google Formularios y de Excel, para posteriormente representar mediante gráficos, tablas, porcentajes y datos cuantitativos, los que permiten el análisis de resultados; y así se tomaron las decisiones correctas, en caso de ser viable y rentable el proyecto.

1.6 Alcances y limitaciones

En esta sección se mencionan alcances y limitaciones de la investigación sobre la viabilidad y factibilidad para llevar a cabo de manera precisa el desarrollo de este proyecto.

1.6.1 Alcances

Se logra con esta investigación establecer la información suficiente para tomar la decisión de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020, mediante el estudio legal, técnico, de mercado y financiero, para tener certeza de su viabilidad y factibilidad en la zona de Nicoya.

Igualmente, este estudio servirá de apoyo para el desarrollo de proyectos similares, en pro de fortalecer y dar soporte al emprendedurismo, en vista de que este estudio aporta conocimiento y datos precisos, de las condiciones y características requeridas para un proyecto de este tipo.

1.6.2 Limitaciones

Dentro de las limitaciones tenidas en el desarrollo de este proyecto, sobresale una pandemia mundial por un nuevo virus de Sars-CoV-2 el cual produce la enfermedad conocida como Covid-19, la cual desde el mes de marzo puso en aislamiento a Costa Rica. Situación que impidió la aplicación de cuestionarios de forma presencial, debido al aislamiento social del país, complicando el abordaje del mercado de estudio, un mercado que no está preparado para que los mecanismos virtuales suplanten el contacto personal.

Otra limitación importante fue el cierre de la biblioteca de la Universidad, sede Chorotega campus Nicoya, al encontrarse el país en situación de pandemia prohibieron el préstamo físico de material y cuando se solicitó por forma virtual se negaron a su préstamo total y parcial.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El presente apartado presenta los conceptos que fundamentan el proyecto, con el fin de ampliar conocimientos, y abarcar información primordial de las cuatro áreas de acción del proyecto.

2.1 Administración

La administración se puede entender como la acción mediante la cual se planifica, organiza, dirige y controla de manera eficiente y eficaz cualquier recurso, con el fin de cumplir un objetivo de la mejor manera posible, siendo esta una ciencia social aplicable a cualquier ámbito de la vida.

Como lo expresan Prieto y Therán (2018), “podemos enriquecer la teoría acudiendo al latín *administratio*, que traduce administración, gestión o gerencia y desglosado “ad” como dirección, tendencia, hacia y el complemento “minister”, que significa obediencia, servicio o subordinación” (p. 18); se destaca de este concepto que el acto mismo de administrar implica la acción de dirigir y manejar recursos de cualquier índole de manera organizada y controlada.

Asimismo, cabe destacar que administrar requiere de un dirigente, guía o líder, que en conjunto con sus subordinados logren el alcance de los objetivos propuestos, así como lo mencionan que Prieto y Therán (2018), “Es decir, que la administración ha sido, es y será una herramienta poderosa de los líderes para guiar a sus seguidores hacia el éxito” (p. 18); partiendo de esta información se visualiza la gran relevancia y el peso que recae la sobre la persona que dirige o guía a un grupo de personas, en el ejercicio de la administración.

Además, sobre la importancia de la administración cabe mencionar que sirve para asegurar la viabilidad y factibilidad de un proyecto o negocio de modo que se pueda anticipar si es conveniente invertir o continuar con el mismo. Sobre esto Prieto y Therán (2018) agregan que “La administración también es importante porque fortalece el desarrollo, adaptación, permanencia, crecimiento, supervivencia y utilidad de las organizaciones en un mundo cambiante, globalizado y exigente” (p. 24), de modo que se reconoce que esta disciplina como el eje central de todo proyecto o emprendimiento.

Por consiguiente, se comprende la administración como una herramienta que promueve la ejecución adecuada de tareas o labores propuestas y potencia las capacidades y alcance de los objetivos gracias a cada una de sus funciones.

2.1.1 Funciones de la administración

Las funciones de la administración son fundamentales para el correcto procedimiento al administrar, en donde el líder o administrador debe distribuir y delegar a sus subordinados o departamentos las tareas de planear, organizar, dirigir y controlar.

Como lo menciona Castillo (2017) “Los libros de texto más populares todavía continúan organizándose alrededor de las funciones de la administración, aunque éstas se han condensado, en general, en las cuatro básicas: planeación, organización, dirección y control” (p. 5), dicho esto se considera prudente prestar especial atención a estas cuatro funciones de la administración.

Por lo tanto, en vista de la importancia de estas funciones es conveniente comprender más a fondo cada una de sus definiciones, que son interdependientes, es decir que están relacionadas una con otra para el óptimo alcance de los objetivos.

En cuanto a la planeación, se puede mencionar que esta es la función base en la cual se plantean los objetivos y metas a los que se pretende llegar y al mismo tiempo prever inconvenientes, para poder establecer posibles rutas de acción de manera estratificada. Como lo menciona, Contreras (2015) quien expresa que ésta “supone definir objetivos organizacionales y proponer medios para lograrlos” (p.9), de manera que esta función es la columna vertebral sobre la que se moderan las demás funciones.

Asimismo, sobre la organización Contreras (2015) la define como “el proceso de creación de una estructura de relaciones que permita que los empleados realicen los planes de la gerencia y cumplan las metas de ésta” (p. 9). En otras palabras, la función de organizar busca alinear las tareas de la empresa de modo que las fuerzas de trabajo se estructuren y lleven a cabo de manera eficiente.

Dicho esto, cabe mencionar la importancia de la labor del gerente en esta función y del conocimiento que este tenga sobre las habilidades de cada miembro, dado que es indispensable que la distribución de las tareas se lleve a cabo acorde con las afinidades y capacidades de los colaboradores, para que puedan ser llevadas a cabo de la manera más efectiva y eficiente.

De igual manera, sobre el concepto de dirección, este hace referencia a que el administrador debe mantener supervisión constante de las funciones de los colaboradores, de modo que si algo se hace de manera inadecuada pueda redireccionar tareas y corregir errores, además, es imprescindible que este les comunique correctamente los objetivos que deben ser alcanzados.

En otras palabras, citando a Contreras (2015), “La dirección supone hacer que los demás realicen las tareas necesarias para lograr los objetivos de la organización. No puede haber dirección si no han concluido la planeación y la organización” (p. 10); en este mismo sentido, cabe señalar que en el acto de dirigir es imperante que el líder sepa orientar adecuadamente las operaciones de sus subordinados, de esto depende el alcance de los objetivos con los mejores resultados posibles.

Por último, pero no menos trascendente, el control es la función mediante la cual la empresa alinea las políticas para la realización de los procesos, con los objetivos de esta, a fin de verificar que se estén cumpliendo adecuadamente o corregir desviaciones; cabe decir que dicho control se lleva a cabo mediante auditorías, con la finalidad de evaluar el proceder de la empresa.

Como lo menciona Contreras (2015), el control es “el proceso mediante el cual una persona, un grupo o una organización vigilan el desempeño y emprenden acciones correctivas” (p. 10); lo anterior, deja ver que este es el medio con el que tanto el líder como los colaboradores pueden reconocer errores en el ejercicio de sus operaciones, de modo que se puedan realizar mejoras o correcciones oportunas, con el fin de alcanzar positivamente los objetivos.

En resumen, cada una de estas funciones benefician positivamente a la administración, y es necesario que se practiquen en las labores y procedimientos diarios, de manera que se orienten de forma oportuna las normativas bajo las que se dirigen las empresas

2.2 Empresa

Las empresas son un elemento de gran importancia para los sistemas económicos, estas son el medio por medio del cual se satisfacen oportunamente las necesidades de los consumidores con productos y servicios, además, de satisfacer la solvencia de los dueños, tras el alcance de los objetivos mediante la adecuada administración.

Asimismo, Rojas (2017) se refiere a la empresa como “un conjunto de elementos organizados y coordinados por la dirección, orientados a la obtención de una serie de objetivos, actuando siempre bajo condiciones de riesgo.” (p. 4); este tipo de entidad implica el espacio en el que se ejerce la administración, esto independientemente de los fines de la empresa, es decir, ya sea sin fines de lucro.

Con base en lo anterior, se puede decir que las empresas son organizaciones que, por medio de procesos productivos basados en capital, recursos y trabajo, transforma, construye, o crea productos y servicios para llevar a cabo un intercambio con los consumidores, supliendo así, necesidades a ambas partes.

Por lo tanto, se puede asegurar que cada empresa aporta a la sociedad y sistemas económicos beneficios directos, que forman parte esencial de su funcionamiento. Cabe mencionar que estos beneficios se aportan gracias a estrategias bien elaboradas y diversas, esto por cuanto a la existencia de gran variedad de empresas y sus diversas clasificaciones.

2.2.2 Clasificación de las empresas.

Las empresas cuentan con una gran diversidad de características y variaciones, por lo que existe una pluralidad de empresas, organizaciones y compañías, cada una supe necesidades diferentes, por lo que realizan sus labores con planes de trabajo, estrategias, y estructuras totalmente distintas. Siendo estas clasificadas según sus

finés, su actividad, el origen de su capital, tamaño y forma jurídica. Para efectos de la presente investigación se hará referencia principalmente a la clasificación de acuerdo con la actividad de la empresa.

2.2.2.2 Clasificación según su actividad.

La clasificación de las empresas también puede ser según el sector económico en el que desempeña su actividad en la sociedad, de modo que algunas de estas pueden ser empresas de tipo comercial, industriales y de servicios, todas ellas con diversidad de estructuras y características.

2.2.2.2.1 Empresas comerciales

Las empresas comerciales son entidades que se dedican a la compra y venta de bienes sin necesidad de llevar a cabo el proceso productivo, por lo que, dichos productos de venta podrían ser materia prima, terminados o semiterminados, los cuales son adquiridos y revendidos a un precio que genere margen de ganancias.

Asimismo, lo expresan Marcó et al, (2016), quienes mencionan que las empresas comerciales son las que “se dedican a la compraventa de bienes sin realizar ningún proceso de transformación” (p. 15); cabe destacar, con base en lo ya mencionado, que estas entidades comerciales satisfacen necesidades de consumidores de productos terminados en comercios al mayoreo tales como almacenes o supermercados y al minoreo que venden productos en cantidades menores, como lo son tiendas de ropa, pulperías, o ventas de artículos tecnológicos.

2.2.2.2.2 Empresas Industriales

Las empresas de tipo industrial son todas aquellas que realizan procesos en los que transforma materia prima en productos terminados, para su posterior venta o comercialización ya sea a consumidores finales o a otras empresas distribuidoras.

Respecto a estas organizaciones Marcó et al, (2016), mencionan que estas “se dedican a la producción de bienes materiales. En ellas, se pueden distinguir las extractivas y las de transformación. A su vez, pueden clasificarse por rama de actividad: metalúrgicas, automotrices, etc” (p. 15).

Con base en lo anterior, se puede decir abiertamente que la mayor característica de estas empresas es la de la transformación, dado que los sus productos llevan todo un proceso establecido para ser vendidos como un producto final totalmente diferente.

2.2.2.2.3 Empresas de servicios

Sobre las empresas de servicios, en primer lugar, se debe mencionar que estas pertenecen al sector terciario, en el que se encuentran todo tipo de empresas que ofrecen servicios, como salas de masajes, centros de salud, asesorías legales o contables, y tantas otras que suplen gran diversidad de necesidades.

De forma similar se expresan Marcó et al. (2016), quienes establecen que las empresas de servicios “se dedican a la provisión de servicios”. También pueden clasificarse por rama de actividad: de transporte, turísticas, recreativas, etc” (p. 15); estas empresas ofrecen bienes intangibles que satisfacen tantas necesidades imprescindibles de suplir (como en el área de la salud o asesoramiento legal), como necesidades no indispensables, como es el caso de estéticas y barberías.

2.3 Proceso de inscripción a Tributación

Este proceso es la sucesión de trámites que debe seguir toda empresa una vez determinada su naturaleza, para así cumplir a cabalidad con los lineamientos económicos y legales de Costa Rica, la misma debe presentarse por los medios indicados y realizar la inscripción ante el Registro Único Tributario para así ser reconocido como contribuyente o declarante ante la Dirección General de Tributación.

Es importante tener presente que como se indica en el Ministerio de Hacienda (2020), “Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo”; y además que, una vez inscrita la misma, se deben cumplir las responsabilidades tributarias que dicha inscripción trae consigo.

En el próximo apartado se detalla cuáles son los pasos por seguir por las empresas para cumplir con las diferentes diligencias requeridas por Tributación

2.3.1 Inscripción, modificación y desinscripción

Una vez realizada la inscripción ante Tributación de manera correcta y el contribuyente esté debidamente autenticado, el mismo se ve obligado a notificar cualquier modificación que se genere en los datos originalmente presentados en la solicitud, ya sean personales, jurídicos o cambios en las actividades económicas que realizan. Este trámite se hace por medio de una Declaración de Modificación de Datos en el Registro Único Tributario.

Siguiendo este mismo concepto en caso de que las actividades en cuestión cesen por completo, es necesario presentar la declaración de desinscripción ya que de lo contrario se deberán seguir cumpliendo con las responsabilidades derivadas de mantener el estatus de “Obligado Tributario”.

Los plazos y fechas para todos estos trámites varían en el tiempo y situación, más el periodo otorgado en los tres trámites es de diez días hábiles, en el caso de la Inscripción este periodo parte desde el primer día de inicio de la actividad económica, por otro lado, en la declaración de modificación el plazo arranca desde que se genera la variante en la entidad y finalmente en la eventualidad de la desinscripción este intervalo de tiempo se contabiliza a partir del cese de las actividades.

Finalmente, en cuanto a la forma de presentación de todos estos trámites y como indica el Ministerio de Hacienda (2020), “se establece el uso obligatorio del portal Administración Tributaria Virtual (ATV), como único medio para que los contribuyentes presenten los siguientes formularios D-140”, siendo los formularios D-140 las ya mencionadas declaraciones de Inscripción, Modificación y Desinscripción.

2.4. Naturaleza del proyecto

Un proyecto es la forma de buscar soluciones a los problemas cotidianos de las empresas, organizaciones, personas o sociedad en general, nacen con la intención de resolver y satisfacer necesidades, esto mediante el cumplimiento de objetivos claros, tareas específicas con plazos y presupuestos definidos.

Estas afirmaciones son respaldadas por el trabajo de Gido, Clements, y Baker (2018) que indican que las atribuciones para definir un proyecto son:

Un proyecto tiene un objetivo claro que establece lo que se pretende lograr. Es el producto final tangible que el equipo de este debe producir y entregar. Normalmente, el objetivo del proyecto se define en términos del producto final o la entrega, el programa y el presupuesto.

Se realiza un proyecto a través de un conjunto de actividades interdependientes (también conocidas como tareas), es decir, un número de actividades no repetitivas que se deben lograr en cierta secuencia con el fin de lograr el objetivo del proyecto.

Un proyecto utiliza distintos recursos para realizar las actividades. Estos recursos pueden incluir diferentes personas, organizaciones, equipo, materiales e instalaciones.

Un proyecto tiene un plazo específico o una duración finita. Tiene una hora y fecha de inicio, en las que se debe cumplir con el objetivo (p. 5).

Por otra parte, cabe mencionar que para que un proyecto se lleve a cabo, este debe contar con una persona, sociedad, organización o entidad que patrocina los medios económicos para que se lleve a cabo. Además, con el fin de que un proyecto cuente con sostenibilidad por medio de su ejecución, este debe poseer viabilidad técnica, jurídica, financiera y legal

2.4.1 Estudio Legal

El estudio legal de un proyecto va a depender mucho si el mismo consiste en un proyecto de administración privada o pública, ya que la primera puede hacer todo lo que quiera excepto lo indique la ley, en tanto la pública se apega al principio de legalidad, que indica que solamente se puede hacer lo que la ley indique.

De acuerdo con Izar (2016) en referencia a los proyectos menciona que se deben efectuar “estudios o acciones requeridas para darle viabilidad legal a un proyecto, que

sea poco factible debido a su costo como pudiera ser el caso de estudios de impacto ambiental o especificaciones sanitarias muy restrictivas” (p. 129); asimismo, a razón de que el proyecto tiene que cumplir con diversidad de requerimientos legales, entre otros, para ello se debe consultar la legislación que aplique al proyecto en todos sus ámbitos para ser contemplados en la inversión inicial.

En este mismo sentido, Izar (2016) menciona sobre el cumplimiento de estos requerimientos puede ocasionar “costos que hagan que el proyecto sea muy caro, o simplemente imposible de implementar en el sitio bajo análisis. Ya que podría haber otros sitios que resulten más baratos o con condiciones más ventajosas para su ubicación” (p. 129). Por lo tanto, al tener claro el panorama legal del proyecto se puede tener también un panorama más claro de la factibilidad financiera, y técnica, ya que se conocen los límites de acción de cada proceso y así precisar si este es o no posible.

2.4.2 Estudio Técnico

En referencia al estudio técnico, en primera instancia se debe mencionar que por medio de este proceso se definen los requerimientos necesarios para poder poner en marcha el proyecto, este tiene como objetivo principal aportar la información necesaria para conocer costos de operación y montos de inversión.

Por otra parte, Izar (2016), afirma que “la viabilidad técnica se compone de cuatro etapas: Determinación del tamaño, Seleccionar la ubicación óptima, Definir el proceso y layout, Diseñar la estructura organizacional y Conclusiones del estudio” (p. 79); de manera que el aspecto técnico abarca componentes que delimitan el proyecto en relación con las dimensiones, al espacio y a la estructura necesarias para determinar la pertinencia de un proyecto.

Cabe destacar que estas etapas son indispensables para el adecuado desarrollo del estudio, donde se define el tamaño, ubicación del local, el proceso productivo y *layout* (disposición, plan o diseño), la estructura del proyecto y las debidas conclusiones técnicas. Se puede mencionar que una vez definidos los diferentes aspectos de este estudio, se puede contar con un panorama de inversión más claro.

Por lo tanto, en el caso de los proyectos para la creación de empresas se debe seleccionar cuidadosamente cada elemento que requiere para su funcionamiento, de modo que no se incurra en gastos innecesarios. Por esta razón, se han de tomar en cuenta una variedad de aspectos de gran relevancia para la investigación.

2.4.2.1 Tamaño del proyecto.

Acercas del tamaño del proyecto es necesario destacar que es uno de los principales aspectos por definir, en donde dependiendo de los requerimientos de producción y cantidad de maquinaria o recurso humano que se necesita en el proyecto, se logra dimensionar el espacio requerido para obtener el resultado proyectado.

Asimismo, sobre el tamaño Álvarez y Sánchez (2014), afirman que este “permite determinar la cantidad de operarios, los tamaños, capacidades, eficiencia y tipo de las máquinas/equipos y la cantidad de materiales, de materia prima y de servicios. En base a esto se podrán calcular los costos de producción” (p. 26); estos aspectos se consideran indispensables, como base sólida de la creación o implementación de un proyecto.

Por lo anterior, se considera que este aspecto debe tener prioridad para el inicio del proyecto, tomando en consideración las dimensiones adecuadas, de modo que, el uso de los recursos no sea desproporcionado ni mal gastado.

2.4.2.2. Localización.

En cuanto a la localización del proyecto se considera que la decisión de la ubicación es un aspecto fundamental para el éxito de este, ya que forma parte no solo del alcance, sino también de la estrategia, como de acceso a los proveedores y los clientes. La decisión de la localización tiene serias repercusiones a largo plazo en lo que a la economía respecta, de esta depende el éxito del proyecto.

Sobre la localización Rojas (2017) determina que “para escoger un lugar adecuado donde implantar la empresa, hay que valorar una serie de factores:

La demanda del mercado: Se debe analizar si en la población o en la zona donde se quiere instalar la empresa hay interés hacia el producto que se pretende ofrecer (futuros consumidores) y, además, en qué situación se encuentra la competencia.

Aprovisionamiento de materias primas: Se debe valorar la calidad de las materias primas que interesen, el coste y la facilidad para obtenerlas (plazos de entrega, facilidad de pago, etc.).

- a) El mercado de trabajo: Nos referimos a los posibles trabajadores, a sus conocimientos técnicos, al coste laboral, a la situación social y legal, etc.
- b) Las comunicaciones y el transporte: Se debe tener en cuenta si donde se quiere ubicar la empresa hay medios de transporte utilizables y si, además, es un lugar de fácil acceso para el transporte en general y para la comunicación con otras empresas.
- c) Suministros: Se debe tener información de la disponibilidad de suministros, como electricidad, agua o línea telefónica necesarios para el funcionamiento de la empresa y, evidentemente, se debe estudiar su coste.
- d) Coste de la construcción y del solar: Por ejemplo, en una zona industrial el precio es distinto que en una zona urbana.
- e) Legislación: Se debe conocer bien la normativa legal –tanto en materia fiscal (ventajas, impuestos), mercantil (referente a la creación de empresas, normativa del sector), como social (medioambiental) –, así como todas las ayudas públicas.
- f) Inversión y financiación: Se debe tener en cuenta que se han de obtener recursos económicos y, por tanto, interesa ubicar la empresa en un lugar donde el acceso a las instituciones financieras sea fácil y haya opciones de realizar nuestra inversión.
- g) Desarrollo económico de la región: Se ha de valorar el desarrollo de la región que se escoge, ya que es un buen síntoma para prever el futuro desenlace de la empresa.
- h) Evidentemente, no todos estos factores afectan por igual a todas las empresas, sino que dependiendo del tipo de empresa del que se trate unos factores adquirirán más importancia que otros. (pp. 20-21)

Cabe resaltar que la ubicación del proyecto puede ir en función del cliente, o de la producción, ya sea para ser más accesible para el consumidor final, o con mejores condiciones para movilizar su mercadería y obtener proveedores que cumplan con los estándares del proyecto.

Por otra parte, Meza (2016) menciona que “el objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio” (p. 15). A lo que se puede agregar que al tener definida una buena ubicación para el proyecto se procede a la búsqueda de personal calificado en las cercanías del proyecto, pero más importante el acceso directo al mercado meta.

2.4.2.3 Estudio administrativo.

Con este estudio se busca definir el organigrama de la empresa, los manuales de puestos y costos en planillas, con el fin de poder evaluar las necesidades de crecimiento acorde con la producción y a la venta, y así mantener un estado financiero óptimo entre capacidad y producción.

Del mismo modo, respecto a la estructura organizacional Izar (2016), afirma que “La estructura organizacional que se establezca será muy importante para alcanzar los objetivos y metas del proyecto. Define la inversión inicial requerida, así como el monto de gastos de operación” (p. 86); además, se establecen los lineamientos sobre los cuales, los colaboradores pueden basar su manera de laborar.

Es fundamental conocer la estructura organizacional del proyecto ya que a partir de esto se definen los requisitos que tiene que cumplir los involucrados en el proyecto, como los requerimientos con los que deben de contar los colaboradores y las especificaciones que la ley exige para su contratación. ya que “La estructura incluye la definición de los puestos de trabajo con sus actividades, el organigrama y las líneas de responsabilidad y autoridad de los puestos.” (Izar, 2016, p. 86).

2.4.2.4 Inversiones.

Inversiones son todos aquellos usos de capital o recursos de producción con los que se pretenden generar ganancias, en donde por principio el objetivo es multiplicar dichos recursos.

De igual forma, se debe tomar en cuenta lo expuesto por Baca (2013), quien afirma que “El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad” (p. 02); lo que implica, simultáneamente un margen de ganancia que compense y supere la inversión realizada.

Cabe mencionar, que la importancia de una inversión radica también en el hecho de obtener una libertad financiera, además de que en el caso de inversión en proyectos funge como medio para mantener y acondicionar el establecimiento o para la compra de mobiliario, equipos y menaje

2.4.2.5 Ingeniería del proyecto.

El estudio de ingeniería del proyecto tiene como principal objetivo establecer todo lo referente a la instalación y el adecuado funcionamiento de la planta de producción, en donde se toman en cuenta aspectos tales como maquinaria, equipo, recurso humano e impacto ambiental.

Sobre este aspecto tan relevante para el estudio técnico, Baca (2013), establece que “Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva” (p.144); la ingeniería del proyecto brinda la oportunidad de reconocer requerimientos o requisitos específicos, acordes con las características del proyecto, logrando establecer y obtener las condiciones adecuadas para el establecimiento del proyecto, ya sea de la planta o el edificio de la empresa.

Por lo anterior, se puede afirmar que esta etapa del proyecto representa el establecimiento de un pronóstico amplio y adecuados sobre todo lo referente al acondicionamiento o preparación tanto de las instalaciones como de los procesos productivos, de esto depende que la ejecución del proyecto haga uso únicamente de los recursos necesarios y de su rentabilidad

2.4.2.6 Proceso de producción.

El proceso de producción se refiere a todas aquellas tareas o acciones debidamente organizadas en donde se propicia la transformación de materia prima o recursos hasta lograr la creación de un producto o servicio, que pretende satisfacer la necesidad de un mercado meta. Dicho esto, cabe tomar en cuenta lo expuesto por Sapag (2014), quien afirma que:

El proceso de producción se define como la forma en la que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etcétera). Los distintos tipos de procesos productivos pueden clasificarse en función de su flujo productivo o del tipo de producto, teniendo en cada caso efectos distintos sobre el flujo de caja del proyecto (p. 110).

Por lo anterior, se debe considerar que este proceso requiere también de la tecnología adecuada, los recursos necesarios, la capacitación de personal requerida y el recurso humano y capital suficiente, estos entre otros factores que pretenden que el proceso productivo se lleve a cabo de la mejor manera

2.4.2.7 Distribución de planta.

La distribución de la planta es otro de los aspectos del estudio técnico que se debe tomar en consideración en un proyecto, este tiene relación con el orden adecuado que deben tener cada uno de los elementos dentro de la empresa, para que el proceso productivo o prestación de un servicio sean óptimos. Baca (2013) menciona que los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- a) Integración total: Consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor
- b) Mínima distancia de recorrido: Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- c) Utilización del espacio cúbico: Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
- d) Seguridad y bienestar para el trabajador: Éste debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
- e) Flexibilidad: Se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario. (p. 116)

Por consiguiente, se considera que el factor de distribución de la planta es de suma relevancia, en vista de que este permite diseñar el orden más adecuado para la planta de producción o zona de trabajo y de los equipos, de manera que las actividades sean satisfactorias y seguras, tanto para los colaboradores como para los clientes, además del mayor aprovechamiento de los recursos

2.4.2.8 Recursos del proyecto.

Los recursos del proyecto, también conocidos como insumos o materia prima, son todos los elementos base para fabricación u ofrecimiento de un servicio o producto final, en donde, para efectos de eficacia de este, se reconozca de forma integral cada uno de los recursos que influyen en este, para la creación o entrega de un producto o servicio. De la misma forma, Sapag (2014), afirma que los recursos de un proyecto se refieren a:

La disponibilidad de insumos, humanos, materiales y financieros es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los insumos podrían no estar disponibles en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de uso del

proyecto o aumentando los costos de abastecimiento, lo que puede incluso hacer recomendable el abandono de la idea que originó el proyecto. En este caso, es preciso analizar, además de los niveles de recursos existentes en el momento del estudio, aquellos que se esperan en el futuro. Entre otros aspectos, será necesario analizar las reservas de recursos renovables y no renovables, la existencia de sustitutos e incluso la posibilidad de cambios en los precios reales de los insumos en el futuro. (p. 136)

Asimismo, es debido resaltar que, entre todos los recursos necesarios para la prestación de servicios o venta de productos, entre los cuales se encuentran, los recursos físicos y humanos, de propiedad intelectual y financieros, se deben destacar por principales, que son los humanos y tecnológicos, mismos que llevan a cabo el proceso productivo directo.

2.4.2.9. Costos del proyecto.

Los costos del proyecto son todos los gastos en los que se invierte para la realización de una labor o en este caso la creación de un proyecto. En el área técnica se refiere a la estimación de estos, además del proceso mediante el cual se realiza la distribución o asignación y el control de estos. En referencia a lo anterior, Sapag (2014) realiza una afirmación sobre esta etapa y es la siguiente:

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (p. 34)

Con base en lo anterior, se puede concluir que este proceso permite predecir los gastos en los que se va a incurrir para la realización del proyecto, bajo una aproximación de los recursos financieros, de modo que se logre evitar incurrir en gastos innecesarios optimizando el uso del recurso monetario.

2.4.3. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una investigación exhaustiva, mediante la cual se recopila información sobre aspectos importantes y características del mercado meta de un proyecto o empresa, con la finalidad de analizar dicha información para la implementación de estrategias acordes con los gustos y preferencias de los consumidores.

En particular, es importante destacar que este tipo de investigación permite establecer, en primer lugar, cuál es el mercado meta más acorde al proyecto, respecto a esto, Sapag, Sapag y Sapag (2016) afirman que:

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación como por los costos e inversiones implícitos (p. 29).

Asimismo, se debe mencionar que el estudio de mercado también aporta la información necesaria para determinar la oferta, la demanda, los precios finales de los productos y las estrategias comerciales más apropiadas y acordes al mercado meta.

2.4.3.1 Mercado meta.

El mercado meta es el grupo de clientes o consumidores específicos, con características similares, a los que una empresa estará dirigida ya sea con productos o servicios, cabe resaltar que este mercado objetivo debe ser elegido conforme lo que se haya estipulado en el estudio de mercado.

En otras palabras, como lo describe Kotler (2017), “la compañía debe decidir a quién brindará servicio. Para ello divide el mercado en segmentos de clientes (segmentación de mercado) y elige los segmentos en los cuales se enfocará (mercado meta)” (p. 9). Este aspecto es de mucha importancia ya que facilita la manera en la que se dirige el producto, además de las adecuaciones respectivas acorde con las necesidades del mercado objetivo, además propiciar mejores condiciones en la mezcla de mercado, todos ajustados a las características del mercado meta.

Dicho sea de paso, estos segmentos se pueden seccionar por características tales como edad, género, nivel de ingreso, entre otras, misma información que será analizada con el fin de definir las estrategias de mercadeo más adecuadas. De modo que el intercambio de la oferta y la demanda se den en condiciones propicias para el éxito del proyecto.

2.4.3.2 Oferta.

La oferta es el ofrecimiento de productos o servicios a la venta que los oferentes están dispuestos a vender en el mercado, en donde cuanto más alto sea el precio más cantidad se ofrecerá, esta es la ley de la oferta, la cual establece que, al mantenerse los demás factores constantes, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando lo hace su precio.

Sin embargo, las cantidades ofertadas dependen de que el precio no sea excesivo para los consumidores, lo que se deduce observando la demanda o por la capacidad de producción a la que realmente se tiene acceso.

Dicho lo anterior, es válido citar a Sapag (2014), quien afirma que “es importante considerar la influencia del mercado externo en el desempeño del proyecto, tanto en la diversidad de oferta disponible para el consumidor como en la ampliación del volumen de mercado potencial para el proyecto” (p. 31). Por lo tanto, se puede decir que al conocer la oferta se conoce la competencia y si existe disponibilidad de crecimiento en el mercado, lo que a la vez permite con más facilidad conocer los niveles de oferta y precio adecuados para el mercado meta, tomando en cuenta todos los factores involucrados, entre ellos la demanda

2.4.3.3 Demanda.

La demanda determina la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus deseos en un momento determinado, esta variable económica puede interferir con el precio dado, al subir o bajar la demanda en el mercado.

Fischer (2017) señala que: La demanda se refiere a la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto se determinará por la demanda, ya que ésta constituye una serie de relaciones y cantidades (p. 138); cabe destacar que la ley de la demanda establece que, manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad demandada de un bien disminuye cuando el precio de ese bien aumenta.

2.4.3.4 Producto.

El producto es todo aquello que posee las cualidades demandadas por un grupo de consumidores, este puede ser también un servicio, que el consumidor adquiere por un precio acordado, y que la empresa adecua a las necesidades de su mercado meta objetivo, interacción que conforma la base de la actividad comercial y económica.

El Centro de Estudios Adams (2018) “En marketing un producto es todo aquello (tangible e intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo” (p. 7); desde el marketing, el producto o el servicio es el medio por el cual se satisfacen los gustos, preferencias o necesidades de los mercados meta, ya sean de primera necesidad o cualquier otra índole.

En los proyectos de inversión, esta definición es muy importante para el estudio de mercado, debido a que es un componente fundamental para la mercadotecnia de una empresa, porque define un producto comercializable que va a atender un deseo gracias a su consumo

2.4.3.5 Precio del producto.

Según el Centro de Estudios ADAMS (2018) “Con la palabra precio nos referimos a la cantidad económica que intercambiará el cliente con nosotros al realizar la transacción. Aquí el emprendedor debe tomar para cada producto decisiones como: “[...] La cantidad económica, las formas permitidas de pago (efectivo, cheque, cartera...) y el descuento (por pronto pago, volumen)” (p. 8).

Aun cuando el precio es definido por cada empresa, este siempre es regulado por la ley de elasticidad entre la oferta y la demanda, en la búsqueda de un punto de equilibrio. Para entender cómo se puede llegar al punto de equilibrio hay que hablar de dos situaciones: un aumento en la cantidad de oferta genera baja en los precios, mientras que, un aumento en la cantidad de la demanda eleva los precios de los productos, porque existen pocas unidades en el mercado y debe retornar al punto de equilibrio.

2.4.3.6 Plaza del producto.

Anteriormente la plaza era el espacio físico donde se exhibía y vendía el producto. Ahora ese espacio físico se ha vuelto virtual, y casi cualquier servicio y producto puede ser vendido en internet. De acuerdo con Kerin (2018) “Hasta hace poco tiempo, por lo general los consumidores tenían que ir a la ubicación física del proveedor para contratar el servicio. Sin embargo, a medida que aumenta la competencia, comienza a reconocerse el valor de una distribución conveniente” (p. 309); cabe destacar que este es solo uno de los medios por los que se puede distribuir un producto o un servicio, este es el más nuevo, pero lo más tradicional es un punto de venta físico.

La plaza es otro elemento fundamental para el mercado, porque determina entre otros los canales de distribución y las condiciones necesarias para la fabricación, con los que cuenta la empresa para hacer llegar el producto a los consumidores de manera eficiente, que gracias los avances tecnológicos estos pueden ser virtuales, lo cual viene a beneficiar en cuanto a la disminución de costos, esto sin dejar de lado los puntos de venta tradicionales.

2.4.3.7 Promoción.

Toda empresa debe contar con una estrategia de promoción claramente definida, donde se presenta un producto a los consumidores, una buena comunicación a través de los canales que mejor se ajusten a nuestro mercado meta del producto es la mejor manera de obtener un nivel de ventas incluso superior al esperado. Según el Centro de Estudios ADAMS (2018):

La comunicación es el último aspecto que debemos trabajar en el Marketing, mediante él, y se refiere a las estrategias que utilizaremos para comunicar, informar y persuadir al cliente sobre nuestra empresa, productos, ofertas... para lograr los objetivos organizacionales propuestos. (p. 09)

La promoción es un elemento fundamental que se vuelve cada vez más fácil de manejar para persuadir la compra de un producto, de tal manera que debe permitir conocer la calidad, de no existir un adecuado manejo los consumidores no tendrán claridad de la información, lo cual crea desconfianza, aún más cuando son nuevos en el mercado

2.4.4 Análisis de la competencia.

Es importante conocer a la competencia con el fin de definir los riesgos asociados a otras empresas que ofrecen productos similares, por ello se considera que incorpora todos aquellos mercados que producen una misma línea de productos, de acuerdo con Fischer (2017):

La fijación de precios en relación con los competidores hace que el empresario se dé cuenta con exactitud del nivel de precios de la competencia; como el precio es una importante arma competitiva.” estrategias que utilizaremos para comunicar, informar y persuadir al cliente sobre nuestra empresa, productos, ofertas... para lograr los objetivos organizacionales propuestos. (p. 139)

Con el propósito de robustecer el proyecto en este análisis se debe lograr un adecuado estudio de la competencia, para crear ventaja con estrategias de valor agregado que aseguren la fidelidad de los consumidores, al obtener un producto de calidad.

2.4.4.1 Proveedores.

Los proveedores son todos aquellos que cuentan con las materias primas necesarias para la operación de la empresa, además, todos aquellos que poseen los materiales precisos para llevar a cabo la fabricación de los productos. Para Baca (2016) “El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto

vital en el desarrollo de un proyecto” (p. 112); la eficiencia del proyecto en sus procesos productivos se determinará mediante una adecuada elección de sus proveedores, teniendo en cuenta la calidad y disponibilidad que debe estar presente en todo momento, una buena elección ayudará a no generar costos innecesarios en la producción.

2.4.5 Estudio financiero.

En referencia a este estudio, se debe mencionar que en el proceso de preparación y evaluación del proyecto esta es la etapa final, en donde se procesa de manera integrada la información resultante de los estudios previos, de modo que se ordenan y sistematizan los datos para construir los análisis (estados financieros, flujos de caja proyectados) y conclusiones que determinan su rentabilidad, así como la viabilidad y factibilidad de su ejecución.

Asimismo, en referencia a este concepto, Sapag, Sapag & Sapag (2016) describen este estudio como el que “ordena 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); el objetivo de este aspecto del proyecto, es comprobar si las estimaciones económicas o financieras son suficientes para dar vida al proyecto con las mejores condiciones.

Para efectos de la proyección numérica del proyecto, se establecerá el monto de los requerimientos económicos que se necesitan para la implementación de este, como lo afirma, Sapag (2014), “el estudio financiero permitirá construir el flujo de caja respectivo (...) además de buscar la mejor alternativa de financiamiento para llevar a cabo la inversión” (p. 40); de igual forma, se realiza la estimación de los costos y beneficios que esperan generar ganancias en tiempo razonable, y así mismo recuperar la inversión inicial.

2.4.5.1 Inversión inicial.

La inversión inicial o también llamada capital inicial, es el monto requerido para la puesta en marcha del proyecto, con el fin de cubrir los costos iniciales, tales como, la compra o construcción de la infraestructura, terreno o ambos, la adquisición de mobiliario, equipo y menaje, la materia prima para los procesos productivos, o contratación de recurso humano, esto por mencionar solo algunos.

Del mismo modo, García (2018) establece que “la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, los bienes, propiedad de la empresa, y activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones, con excepción del capital del trabajo” (p. 15); por lo anterior, puede decirse que contar con estos recursos es indispensable para la implementación de un proyecto.

Cabe mencionar que antes de realizar dicha inversión es necesario evaluar cuantitativamente el proyecto, de modo que se logre establecer su factibilidad en la disponibilidad de los recursos, y prever su rentabilidad con la intención de que los rendimientos o ganancias superen la inversión que se va a realizar.

2.4.5.2 Capital de trabajo.

En referencia al capital de trabajo o fondo de maniobra se determina como la suficiencia monetaria que tiene una empresa o un proyecto para desempeñar gran variedad de actividades, con la finalidad de generar efectivo, mismo que permite alcanzar una óptima operatividad y continuidad en el tiempo. Asimismo, lo describe García et al. (2017), quienes afirman:

El capital de trabajo es el efectivo mínimo que toda empresa necesita para ejecutar con normalidad sus actividades operativas. Una gestión adecuada del mismo permite contar con liquidez necesaria para cubrir las obligaciones de corto plazo, como resultado de la eficiente aplicación del ciclo de conversión del efectivo. (p. 30)

Por otra parte, cabe destacar que además de asegurar la eficiencia operativa, el fondo de maniobra da soporte al ciclo de caja, a los activos circulantes o de corto plazo y además cubre los pasivos circulantes. Es importante que la empresa cuente con más activos líquidos que deudas a corto plazo, es decir mantener un capital de trabajo positivo.

2.4.5.3 Opciones de financiamiento

Las opciones de financiamiento son todas aquellas posibles fuentes de recursos financieros, mediante las que se puedan percibir aportaciones de dinero o concesiones de crédito, ya sea para la implementación de un proyecto o para su mantenimiento. En referencia a este tema, Sapag, Sapag y Sapag (2016) mencionan que:

Las principales fuentes de financiamiento se clasifican generalmente en internas y externas. Entre las internas destacan la emisión de acciones y las utilidades retenidas en cada periodo después de impuesto. Entre las externas sobresalen los créditos de proveedores, los préstamos bancarios de corto y largo plazos, así como los arriendos financieros y el leasing. (p. 276)

Cabe destacar, que cuando un proyecto recurre a cualquiera de las opciones de financiamiento es con el objetivo de cubrir sus necesidades o cumplir con sus obligaciones, sin embargo, es importante mencionar que para la selección oportuna de la fuente financiera más apropiada se debe realizar una evaluación de los riesgos y beneficios de cada una de ellas.

Asimismo, se considera prudente establecer con dicha evaluación, el costo de capital, el cual, como lo describen Sapag, Sapag y Sapag (2016) es “el costo de utilizar los recursos que prevé cada una de estas fuentes (p. 276), mismo que puede ser el costo de capital propio (con el mínimo de beneficios que al menos mantenga el costo de capital) o bien con la mínima tasa de costo de capital, de modo que el retorno esperado cubra la inversión inicial.

2.4.5.4 Costos de producción

Los costos de producción, también conocidos como costos de manufactura o fabricación, son todos aquellos gastos en los que se debe incurrir para el desarrollo adecuado del proceso productivo, dichos costos provienen de distintas áreas básicas para la creación de un producto o el ofrecimiento de un servicio, así como lo mencionan Vallejos & Chiliquinga (2014), quienes detallan que “se reconocen los elementos de los costos de producción: materiales, mano de obra y gastos generales de fabricación” (p. 60); estos elementos son de gran trascendencia a la hora de la manufactura de un producto o servicio.

Por otra parte, cabe destacar que los costos de producción son previstos en el estudio técnico, así como lo establece Baca (2016), cuando afirma que “los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico” (p. 180), por lo que es importante prestar especial atención en este detalle, ya que una falla en aspecto técnico podría ocasionar un costo de producción erróneo.

Además, se debe aludir al hecho de que los costos de producción se clasifican en costos fijos (seguros, financiación, impuestos, entre otros) y costos variables (insumos, pagos del recurso humano, mantenimientos, capacitaciones, entre otros), mismos que en sumatoria permiten determinar el costo total. Por lo que se puede decir que los costos de producción permiten establecer el precio del producto o servicio final.

2.4.5.5 Costo de capital

La tasa de costo de capital o tasa de descuento corresponde al rendimiento que se necesita para cada opción de financiamiento, ya sea interna o externa, es decir el precio que se paga por los montos requeridos para realizar la inversión. Asimismo, Sapag, Sapag y Sapag (2016), se refieren a este de la siguiente manera:

Representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto, según su riesgo, de manera tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses que

deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con préstamos y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido. (p. 276)

Por lo tanto, se puede asegurar que el costo de capital supone la retribución que recibirán los inversores por aportar fondos de inversión, además como menciona Izar (2016), esta es “una variable muy importante en la evaluación financiera de un proyecto es la tasa de interés con la que se van a descontar los flujos netos del proyecto.” (p. 160), de modo que esta se utiliza como medio para determinar el valor de los flujos a generar y la rentabilidad exigida por la inversión.

2.4.5.6 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja proyectado es un instrumento financiero mediante el cual se pueden anticipar o estimar las entradas y salidas de dinero de un proyecto o empresa, en el que se incluyen tanto los gastos, como los ingresos de manera proyectada, dicho sea de paso, las estimaciones pueden cubrir periodos de un año, de meses o semanas.

Por otra parte, es importante mencionar que este instrumento se compone de cuatro elementos básicos, citados por Sapag, Sapag y Sapag (2016), de la siguiente manera: “a) ingresos y egresos de operación, b) egresos iniciales de fondos, c) momento en el que ocurren estos ingresos y egresos, y d) valor de desecho o salvamento del proyecto” (p. 226).

Con base a lo anterior, es pertinente destacar lo descrito por Sapag (2014), quien establece que “en definitiva, la construcción de un flujo de caja proyectado considera lo que ocurrirá mañana tomando en cuenta el poder adquisitivo actual” (p. 265). Por esta razón, se puede afirmar que realizando de manera oportuna e incluso periódica la proyección de los flujos de caja, el administrador cuenta con la posibilidad de conocer los posibles déficits de efectivo, y de este modo prevenir el riesgo, tomando medidas anticipadas.

2.4.5.7 Técnicas de valuación VAN y TIR

Las técnicas de evaluación del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) son métodos de gran utilidad en el proceso de evaluación de proyectos de inversión, ya que permiten determinar si es viable o no invertir. Cabe mencionar que estos instrumentos, estudian de manera diferente el proyecto, por un lado, el VAN lo hace en términos monetarios a la actualidad, mientras que el TIR lo hace en una medida relativa porcentual, pero ambos estiman su rentabilidad.

Para Sapag, Sapag y Sapag (2016), el criterio del VAN “plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual” (p. 252). Esto quiere decir que para establecer si un proyecto es factible el Valor Actual Neto debe ser positivo, en vista de que este representa la rentabilidad que el proyecto genera.

Sobre el criterio del TIR Sapag, Sapag y Sapag (2016), describen el criterio del TIR de la siguiente manera, “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” (p. 253). Esta tasa de descuento es el resultado de la sumatoria de todos los flujos de caja netos a valor presente, en donde se iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos y que el resultado de este debe ser igual a la inversión inicial.

Finalmente, se debe destacar el hecho de que el método del TIR establece la rentabilidad o factibilidad de un proyecto, mientras que el VAN evalúa la rentabilidad para el inversionista

2.4.5.8 Periodo de recuperación (PR)

El periodo de recuperación es un criterio que establece el periodo de tiempo en el que un proyecto podrá recuperar su inversión inicial, por lo que facilita la toma de decisiones dentro de las empresas, brindando la posibilidad de medir los riesgos en los

que se incurriría al realizarlo. Sobre este indicador, Sapag, Sapag y Sapag (2016), se refieren de la siguiente forma:

Uno de los criterios tradicionales de evaluación, bastante difundido, es el del periodo de recuperación (PR) de la inversión, también conocido como *payback*, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa (p. 259).

Este indicador permite reconocer el tiempo estimado en el que podrá obtener ganancias y retorno de la inversión inicial.

2.4.5.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, también conocido como análisis de costo, volumen y utilidad, es un método mediante el que se estudia la relación de los costos fijos y variables, con el volumen de ventas y las utilidades, con el fin de estimar cuál es la cantidad de ventas necesaria para cubrir los costos administrativos, de ventas y operacionales (costos totales), lo que quiere decir que este método, además de estimar la rentabilidad del proyecto, determina su solvencia.

Del mismo modo, Baca (2016), afirma que " el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables" (p. 187). Por lo que se entiende que este permite igualar los ingresos totales con los costos totales, logrando de esta manera asegurar que pueda hacer uso de los recursos sin poner en riesgo el proyecto, es decir que se continuará operando sin riesgo de pérdidas.

Por lo tanto, el uso de este método permite determinar con base en los flujos de efectivo futuros que generará un proyecto, el número de periodos (generalmente en años) estimados para recuperar la inversión realizada, permitiendo decidir si es conveniente llevar a cabo el proyecto, tomando en cuenta cuánto tardará en recaudar el dinero que debe invertir para su ejecución.

2.4.5.10 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta útil para examinar los riesgos que presenta un proyecto ante cambios en determinadas variables relevantes, ya que establece el efecto que tienen ciertas variaciones sobre la rentabilidad en los resultados, revelando qué tan sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros. De acuerdo con Sapag et al. (2016):

La importancia del análisis de sensibilidad radica en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. Tomar decisiones bajo riesgo necesariamente lleva implícita la idea de que existen escenarios no necesariamente favorables (p. 315).

De esta forma, cabe destacar que al desarrollarse un análisis de sensibilidad se puede establecer cuán sensible es la evaluación realizada, con la intención de reducir la incertidumbre de los inversionistas, quienes bajo diferentes escenarios podrán tomar decisiones con mayor seguridad sobre la viabilidad y factibilidad de un proyecto de inversión.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

Este capítulo contextualiza algunos antecedentes, teorías, y referencias correspondientes al desarrollo de un emprendimiento de helados específicamente en forma de paletas, utilizando equipo de producción industrial básico, eficiente para agilizar los procesos productivos, pero conservando una tendencia artesanal; desde una perspectiva internacional y nacional según la propuesta de negocio de paletas artesanales, que presenta este proyecto de investigación.

3.1 Generalidades

En consideración con la firma *Euromonitor International* las autoras Angus & Westbrook (2020), identifican las 10 principales tendencias de consumo para el 2020 a nivel mundial, dentro la que destaca para este proyecto la tendencia denominada: “Orgullo local, en camino a ser Global” esta describe:

Que los compradores se han puesto más exigentes sobre dónde comprar. De acuerdo con la Encuesta de estilos de vida de *Euromonitor International 2019*, más del 27 % de los participantes a nivel global en promedio intentan comprar en tiendas de propiedad de locales [...] La procedencia ética o ecológica de los productos es importante para los consumidores.

Dicho lo anterior, los consumidores ante los nuevos estilos de vida prefieren el consumo de productos elaborados en cada comunidad, en ocasiones como método de apoyo a los pequeños productores, el no tener que viajar largas distancias y principalmente obtener productos de calidad que sean de la zona, sin excesos de químicos perjudiciales para la salud.

Además, los alimentos y bebidas se encuentran entre las principales industrias de producción local para varios países, la mayoría de la producción se vende localmente. Esta tendencia local se extiende a cambios que ocurren en las instalaciones y procesos de manufactura. Las minifábricas, que se ubican mucho más cerca al consumidor final están reemplazando a las mega fábricas multinacionales. Todo ello en línea con las prioridades ambientales y el retroceso de la globalización (Angus y Westbrook, 2020).

Todo el mundo se vio afectado y beneficiado por la rápida globalización de productos y servicios, sin embargo, ante nuevas crisis como la vivida el presente año, los mercados cambian a métodos utilizados con anterioridad, a demandar más lo artesanal con producción que sea de la zona.

Al producir localmente, las empresas pueden reducir sus tiempos de entrega. Esto se alinea con los fabricantes en términos de credenciales sostenibles y modelos de distribución. Al ser accesibles, lo local y limpio se está volviendo más importante para la supervivencia (Angus y Westbrook, 2020).

De manera que la crisis ha favorecido grandemente a los oferentes, obligando a pensar diferente, concientizando sobre el cuidado del ambiente en sus procesos y produciendo con menores costos. Por su parte los directores de Crabbe, Lieberman, & Moriarty (2020) comparten las tendencias globales de consumo 2030, en la cual puntualizan que “Los consumidores acogerán valores artesanales creativos y productos genuinos, de calidad y durables” (p. 18); lo que este tipo de procesos en los proyectos de años venideros son una excelente opción para emprender.

Por tanto, ante las tendencias de consciencia saludable que el mundo está demandando, conlleva a ofrecer la opción de una paleta helada con producción artesanal, agradable al paladar de calidad con la utilización de productos locales de gran variedad de sabores que se encuentran en la zona.

3.2 Historia del helado en Costa rica

En lo que respecta al consumo interno de helado, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018) en su encuesta Nacional de Ingreso y gasto de los hogares en Costa Rica, señala que según la descripción de artículo el total de gasto mensual en colones de Helados a base de agua y leche en paleta, una cantidad de 278 894 hogares reportan un gasto de 2 403 459 909 en colones costarricenses de febrero (2018-2019).

Según Leitón (2018) a nivel de Centroamérica los ticos ocupan el 1er lugar de consumo de helado, basados en el análisis de:

Euromonitor International, consultora que elabora un estudio anual del consumo de helado en 13 países de América Latina, señaló que Costa Rica ocupa el primer lugar en consumo de helado, en Centroamérica, en promedio los costarricenses consumen 2.8 litros de helado por persona. De acuerdo con estas cifras, se estima que cada costarricense invirtió ₡14.270 en helados en 2016, año del estudio. (párr. 6)

Es relevante destacar que el mercado de helados se mantiene en constante aumento, las empresas buscan ofrecer a los consumidores productos innovadores, por medio de alternativas alimentarias saludables para toda la familia, incentivando el consumo de frutas en la dieta de los ticos.

3.3 Competencia en la industria de helados en Costa Rica

En nuestro país se identifican grandes industrias lácteas, con representación de empresas líderes, que distribuyen una cartera amplia de productos derivados de la leche como lo son los helados a lo largo de todo Costa Rica, pero también pequeños emprendimientos focalizados en una sola línea de paletas artesanales han alcanzado a entrar en el mercado de la producción y venta de helados con mucho éxito, como lo son Charo y Helado Sensación.

Pero, la empresa líder que posee mayor reconocimiento a nivel nacional en la producción y comercialización de leche y sus derivados de acuerdo con Vindas mencionado en Valverde et al. (2016) es la Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos R.L. quien “obtuvo una participación del mercado de helados del 84,7 %; y el 12,2 % se distribuye entre Monteverde, Pops y Helados Díaz, el porcentaje restante, entre productores de menor escala “(p. 19).

Es importante mencionar que la empresa Dos pinos cuenta con 73 años de experiencia desde su nacimiento según la historia de La Cooperativa de Leche Dos Pinos R.L. (2020) parafraseando sobre su historial:

El 26 de agosto de 1947, fue impulsada por veinticinco visionarios productores de leche, quienes se reunieron para fundar la cooperativa de Productores de

Leche, para 1953 comenzó a funcionar la primera planta de helados los cuales salieron al mercado en cajitas de 3 onzas y media, ya para el 2017 da apertura a la primera heladería La Estación, ubicada en Plaza Village Escazú.

Esta industria toma poco a poco fuerza en Costa Rica, dando apertura a empresas dedicadas exclusivamente a la producción de paletas, de acuerdo con la nota publicada en El Financiero, las cuales son según Fallas Villalobos (2018): “Yolobon, La Paletería, Enpaleta, Bonavida, Frost y Stickhause. Todas iniciaron operaciones entre el 2011 y 2017”, de estas en específico ninguna cuenta con distribución en el distrito de Nicoya sin embargo marcas como las mencionadas Charo y Helado sensación distribuyen de sus productos en negocios de la zona, lo que, aun siendo una competencia indirecta, al no ser artesanales, de cualquier manera, pueden influir en la decisión de compra los clientes finales.

Sobre lo expuesto anteriormente, se considera la creación de este proyecto una oportunidad de negocio para Nicoya, dado sus condiciones de ser un producto innovador de corte artesanal y ante un estado del tiempo coherente de Guanacaste donde predomina durante el año un estado soleado y caluroso, perfecto para su consumo; en el cual sobresalen muchos beneficios directos e indirectos para la comunidad, de tal manera que el mercado podrá obtener de primera mano una paleta diferenciada y exclusiva, de calidad gracias a técnicas de producción que generan valor agregado a cada producto.

3.4 Producción Artesanal

Esta empresa pretende elaborar sus paletas de una forma diferenciada con base en una producción artesanal, pero con algunos de sus procesos industrializados, para agilizar la producción de grandes cantidades en poco tiempo, conservando la calidad en cada unidad producida.

De acuerdo con Ruarte, Martinelli, y Ruarte (2013) la diferencia entre un helado industrial y una artesanal radica en la siguiente:

(...) artesanal: se elabora con leche, crema de leche, dulce de leche, chocolate, frutas secas y frescas entre otras materias primas naturales, y se prescinde de aditivos o conservantes, porque el producto se fabrica casi a diario; mientras que los industriales: se producen con leche en polvo, saborizantes, concentrados industriales, esencias y colorantes, [...] emplean procesos de elaboración automatizados (p. 9).

Para este proyecto las materias primas serán obtenida de productores locales, de esta forma se tendrán los mejores insumos creando a la vez encadenamientos con pequeñas empresas productoras del cantón, los utensilios empleados son de fácil uso, pero se utilizará una máquina para congelar en menor tiempo, ofreciendo más cantidad de paletas y otra para reducir el tiempo de empaque, con un esquema semiindustrial.

El término de paleta artesanal se define según Jiménez Bello y Vanegas Rojas, (2016) como “un producto hecho con materia prima muy seleccionada y casi en su totalidad natural. Es bajo en grasa, proviene de la crema de leche, su vida útil es corta”. (p. 17). Para comprender el contexto una parte del proceso es industrializado, pero siempre se mantiene la calidad individual del producto, porque no se agregarán ni saborizantes ni preservantes a la mezcla, sus ingredientes se obtendrán frescos de la comunidad, los cuales son elegidos, esto permite una verificación en cada uno de sus procesos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADO

4.1 Estudio legal

El estudio legal es el responsable de presentar todos los trámites que regulan la actividad comercial en Costa Rica, por ello este proyecto debe cumplir con la viabilidad establecida para operar en derecho. Para este proyecto de creación de una empresa de producción y comercialización de paletas artesanales en Nambí de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, se consideró puntualmente cada aspecto legal para la construcción de esta.

En conformidad con la legalidad de esta empresa se abarca cada trámite de forma detallada, especificando el nombre de la solicitud, la finalidad, el costo unitario, la duración, los requisitos y la forma por la cual pueden presentarse los documentos en cada institución. Actualmente toda compañía debe considerar como punto de partida contar con los servicios básicos luz y agua, ante la Coopeguanacaste R.L y el Instituto de Acueductos y Alcantarillados respectivamente.

Seguidamente proceden los trámites ante la Municipalidad de Nicoya para obtener la licencia comercial y patente; además de los permisos de funcionamiento ante un trámite unificado que de igual manera puede presentarse en las oficinas del Ministerio de Salud. Adicionalmente, el proyecto se debe tramitar ante las oficinas de la Caja Costarricense del Seguro Social, una inscripción como patrono y la póliza de riesgos de trabajo ante el Instituto Nacional de Seguros.

Por último, es importante que esta empresa se inscriba ante Tributación Directa para emprender sus actividades legalmente sin incurrir en sanciones por el no pago de impuestos obligatorios en Costa Rica para las actividades comerciales, monto que varía de acuerdo con la forma de inscripción ya se bajó la figura de persona física o de persona jurídica.

A continuación, se detallan los trámites de acuerdo con las instituciones donde deben ser presentados.

4.1.1 Trámite en acueductos y alcantarillados (AYA)

En el siguiente apartado se especificarán los requisitos por tramitar para la obtención del recurso hídrico del proyecto de manera que se pueda tener claridad en dicho proceso.

4.1.1.1 Solicitud de constancia de disponibilidad (formulario GNU-41-FI)

Esta solicitud es realizada para otorgar a los interesados una carta que avale un servicio de disponibilidad de Agua Potable continua, ya sea para uso residencial o comercial. No posee ningún costo adicional, más que el de las impresiones y copias, su duración es de aproximadamente 20 días plazo, al cabo de los cuales se le solicita presentarse a la oficina respectiva para que se le entregue el documento correspondiente y pueda continuar con la solicitud de nuevo servicio. De preferencia este trámite debe realizarse de manera presencial.

Los requisitos para este son:

- a) Formulario de solicitud, completo y firmado.
- b) Certificación literal vigente del inmueble con un plazo máximo de 30 días de emitida.
- c) En caso de persona jurídica, certificación de personería vigente con un máximo de 30 días de emitida.
- d) Una copia certificada del tamaño original del plano catastrado y dos copias legibles.
- e) Copia del documento de identidad del propietario registral, representante legal o apoderado generalísimo.
- f) En caso de segregación debe presentar un croquis de segregación.

4.1.1.2 Solicitud de un nuevo servicio (formulario GNU-42-FI)

Una vez aprobada la disponibilidad de Agua, el interesado debe ir a la oficina para solicitar la apertura de un nuevo servicio

Requisitos:

- a) Formulario de solicitud, completo y firmado.
- b) Documento de identificación del solicitante del inmueble o su representante legal.

- c) Certificación registral de inmueble.
- d) Certificación registral del plano catastrado.
- e) Certificación registral o administrativa de la personería jurídica.
- f) Plano catastro.
- g) Copia de permiso municipal de construcción vigente
- h) Pago de la tarifa de conexión.

4.1.2 Trámite en Coopeguanacaste RL

Ante la Coopeguanacaste R.L se debe realizar la solicitud de Servicio Eléctrico Comercial, por medio de una orden de inspección y una orden de instalación. La finalidad de dicho permiso es verificar la disponibilidad eléctrica en el lugar de instalación de entrega del servicio eléctrico, tanto documentación legal como requisitos técnicos.

- a) El costo unitario que requiere dicho trámite se desglosa de la siguiente manera:
- b) Derecho Provisional o Permanente: ¢12.000,00
- c) Cuota de Admisión: ¢150,00
- d) Depósito de Garantía de Consumo: Dependerá de la Boleta Eléctrica
- e) Sumado a esto la Coopeguanacaste pone a disposición el combo de medidor, son todas las partes con las que se debe realizar la debida instalación por un monto aproximado de 200.000.

Y en cuanto a la duración estimada consta con cinco días hábiles para realizar la inspección y cinco días hábiles para realizar la instalación del servicio.

Para este trámite según la recomendación del señor Ronald Díaz Mendoza, auxiliar de plataforma de servicios de la institución es realizarlo de manera presencial para firmar Documentos del Contrato del Servicio Eléctrico; pero debido a la pandemia COVID-19 que está atravesando el país, se puede realizar vía correo electrónico, siempre que el cliente pueda realizar la firma digital en los documentos PDF que se le envían.

- a) El primer paso para iniciar la solicitud de un nuevo servicio eléctrico es:

- b) Copia de la cédula de identidad o documento de identificación.
- c) Datos del beneficiario.
- d) Certificación Literal de la propiedad con no más de quince días de emitida.
- e) Plano catastro de la propiedad.
- f) Brindar la dirección exacta del lugar y otros datos personales.
- g) Boleta de solicitud de sellado de planos, con el sello del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA).
- h) Pagar una inspección para verificar el cumplimiento de la normativa técnica de ARESEP (instalación de la base de medidor).

Si el servicio es para:

- Provisional. El servicio se dará por un periodo de 6 meses con prórroga.
- Permanente. Debe presentar la “constancia de recibido” emitida por el CFIA.

Con la inspección aprobada, el interesado debe presentarse nuevamente a la plataforma de servicios con los siguientes documentos:

- a) Sí es una persona física, el trámite debe hacerse de forma personal.
- b) Si el interesado se trata de una persona jurídica sin fines de lucro, el representante legal deberá presentarse a realizar la gestión.
- c) Cancelar el depósito de garantía equivalente a la carga reportada en la boleta de solicitud de sellado de plano dada por el ingeniero.
- d) Cancelar el derecho de medidor.
- e) Pagar una cuota de ingreso sí es la primera vez.

4.1.3 Trámites Municipalidad de Nicoya

4.1.3.1 Uso de suelo

Este trámite es indispensable y requerido para varias solicitudes, ante la dirección de planificación urbana del cantón de Nicoya, se debe contar con la aprobación del uso de suelo para poder llevar a cabo la operación de cualquier actividad comercial. Los costos son de aproximadamente tres mil colones; y en cuanto a la duración se obtiene en 15 días hábiles. Su presentación puede realizarse de forma presencial o virtual.

Los requisitos para esta presentar solicitud son:

- a) Boleta debidamente llena.
- b) Copia del plano catastro, donde el número reportado sea el mismo de la certificación literal de la propiedad.
- c) Consulta registral del inmueble con fecha de emisión de una semana.
- d) Copia de cédula de identidad.
- e) Declaración de la Ley de impuestos sobre bienes inmuebles N° 7509.

4.1.3.2 Patente comercial

Es la autorización municipal, un activo intangible propiedad de la Municipalidad. El otorgamiento de una de ellas a una persona no traslada el dominio de esta, sino que tan solo lo cede.

El costo de la Licencia Comercial Municipal depende del tipo de actividad por realizar y algunas actividades, como la de Licores, también toman en cuenta la ubicación geográfica en la determinación del costo, en general ronda en un inicio un promedio de treinta y ocho mil quinientos colones.

El plazo de otorgamiento de Licencia según Código Municipal 30 días naturales. Las Licencias Comerciales Municipales que se encuentren bajo riesgo sanitario de categoría C, se otorgan en 5 días

La solicitud de Licencias Comerciales por primera vez que pertenezcan a la Clase de riesgo sanitario tipo C, puede realizarse presencialmente o por correo electrónico a plataforma@unicoya.go.cr. La solicitud de Licencias Comerciales que pertenezcan a la Clase de riesgo sanitario tipo A y B, Traspasos o Traslados de Licencias Comerciales existentes, deben realizarse de forma presencial.

Requisitos:

- a) Formulario de solicitud de Licencia municipal debidamente lleno, el mismo debe de venir firmado por todos los involucrados.

- b) Así mismo aportar ₡120,00 en Timbres Fiscales, ₡200,00 en Timbres Municipales y ₡20,00 en Timbres de Archivo.
- c) ESTE FORMULARIO TENDRÁ CARÁCTER DE DECLARACIÓN JURADA.
- d) Fotocopia de la cédula de identidad de todos los involucrados y firmantes. En caso de sociedades también aportar personería jurídica vigente (original o copia certificada, con tres meses de extendida como máximo).
- e) Adjuntar fotocopia del Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud para la actividad que se solicita. O en su defecto para solicitudes de licencia comerciales donde se procese, distribuya y expendan productos y subproductos de origen animal para consumo humano o productos para uso animal, deberá aportar fotocopia del Certificado Veterinario de Operación extendido por SENASA. (Ley General del Servicio Nacional de Salud Animal Número 8495).
- f) Documento extendido por el emisor de la Póliza de Riesgos del Trabajo. La cual deberá indicar; lugar de trabajo, actividad solicitada, vigencia y que la misma esté a nombre del solicitante. (Ley N° 6727 de Riesgos del Trabajo, artículo 202).
- g) Si el local donde se realizará la actividad comercial no es propio, presentar Contrato de Arrendamiento.
- h) Constancia de Inscripción ante la Dirección General de Tributación para la actividad solicitada.
- i) Deberá contar con el Uso de Suelo correspondiente para la actividad que solicita debidamente aprobado por el Departamento de Planificación Urbana.
- j) Autorización o licencia, o exoneración del uso del repertorio musical emitido por la Asociación de Compositores y Autores Musicales de Costa Rica (A.C.A.M). (Ley No. 6683, Art. 50 y 132). (Para obtener este documento comuníquese al whatsapp 7203-0124 o al correo electrónico: fabian.fallas@acam.cr).
- k) Plano Catastrado donde se ubica el local comercial.
- l) Todos los involucrados deben de encontrarse al día en las obligaciones municipales (impuestos y servicios).
- m) El Solicitante debe de encontrarse al día con la CCSS y FODESAF.

4.1.4 Trámite en Tributación.

Este paso en la constitución de una empresa es de suma importancia, así la organización podrá operar de forma legal, sin exponerse a sanciones por el no pago o declaración de impuestos al país en cumplimiento con los lineamientos económicos y legales, para todos los negocios que realicen actividad lucrativa en el territorio Nacional.

4.1.4.1 Declaración de inscripción

Las personas físicas, jurídicas y entidades que tienen la obligación de inscribirse ante la Administración Tributaria son las siguientes:

- a. Persona física, jurídica y entidades con actividad económica

Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo (venta de mercancías o prestación de servicios) que esté sujeto a tributos administrados por la Dirección General de Tributación, o cuando por ley, reglamento o resolución general así se establezca.

A partir de la inscripción en el Registro Único Tributario, se debe cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes, como son la presentación de declaraciones de autoliquidación y los demás deberes formales y materiales que le sean aplicables, aun en caso de que no tenga impuesto por pagar (en lo que respecta al IVA).

Según lo establece el artículo 22 del Reglamento de Procedimiento Tributario, la inscripción se deberá realizar dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que inicie actividades u operaciones. Sólo procederá a partir del momento en que se tramite o una fecha anterior, pero nunca a partir de una fecha futura.

4.1.5 Trámite en Ministerio de Salud

En este segmento se describirá el proceso por tramitar en el Ministerio de Salud, de manera que se asegure este requisito indispensable.

4.1.5.1 Permiso de funcionamiento

Documento que emite el Ministerio de Salud, para que un establecimiento en una ubicación pueda operar en cumplimiento de la legislación vigente que previene el impacto que el establecimiento pueda generar sobre el ambiente y la salud pública durante su funcionamiento.

Para obtener el PSF, se cobra de acuerdo con la clase de riesgo sanitario de la actividad por desarrollar. En caso de ser de tipo Riesgo A, debe pagar \$100, tipo Riesgo B: \$50 y de tipo Riesgo C \$30. Para la renovación de este permiso debe pagarse la misma cantidad cada 5 años.

En cuanto a la duración estimada es: Grupo A: 20 días hábiles Grupo B: 7 días hábiles Grupo C: 2 días hábiles. Es importante mencionar que existe una unificación de trámites, por tanto, este puede ser solicitado ante plataforma de servicios de la municipalidad y puede ser por correo electrónico siempre y cuando tenga firma digital o presencial, de acuerdo con la secretaria Anahí Villegas Hernández.

Los requisitos que se deben presentar son:

- a) Resolución Municipal "Uso de Suelo".
- b) Copia de plano de catastro.
- c) Copia de cédula, si es una sociedad debe presentar Personería Jurídica que no tenga más de un mes de emitida,
- d) Estar al día con la C.C.S.S Y FODESAF.
- e) Realizar depósito y este dependerá de la actividad que realice.
- f) Llenar la solicitud y Declaración Jurada, que le entregamos al cliente o la Página del Ministerio de Salud.
- g) Trámite en Caja Costarricense del Seguro social (CCSS)
- h) Solicitud de trámite en Inscripción Patronal/Reanudación Patronal (F-GF-USIN-032 o F-GF-USIN-034).

La finalidad de esta solicitud es que el servicio de inspección logre realizar una apertura de una planilla, requiere documentación que determine la existencia de una

relación laboral, se debe cumplir a cabalidad lo establecido en el artículo 18 del Código de Trabajo, no siempre los permisos del establecimiento permiten dicha apertura si no se contempla lo anteriormente mencionada la solicitud se declara IMPROCEDENTE.

- a) Prestación personalísima del servicio; Esto significa que el trabajo debe ser realizado única y exclusivamente por el trabajador contratado y no por otra persona. El trabajador siempre será una persona física.
- b) Remuneración, que es la suma de dinero que recibe el trabajador de parte del patrono(a), a cambio del trabajo que realiza;
- c) Subordinación jurídica, es la dependencia o subordinación que existe entre el patrono(a) y el trabajador(a), y que permite al primero dar instrucciones, exigir buen rendimiento e imponer sanciones.
- d) La ajenidad; principio que establece que los beneficios que se obtienen producto de la labor realizada como trabajador son para otra persona, en este caso el patrono.

El monto para pagar de la planilla es de un 37 %, el patrono paga 26.5 %del total de los salarios de los trabajadores y al trabajador le corresponde el 10.5 %. La caja tiene tiempo de facturar las planillas del 26 de cada mes al cuarto día hábil del siguiente en curso. La solicitud debe ser firmada por el patrono y puede ser recibida por un tercero mediante una autorización.

Requisitos:

- a) Deseables que manifiesten la Relación laboral
- b) Póliza INS
- c) Comprobantes de Pago
- d) Contratos Laborales.

4.1.6 Trámite en Instituto Nacional de Seguros

En esta sección se detallan los trámites por realizar en el Instituto Nacional de Seguros para cumplir con sus respectivos requisitos.

4.1.6.1 Pólizas de riesgos de trabajo

La póliza de Riesgos del Trabajo protege a los trabajadores que sufren un riesgo de trabajo brindándoles la asistencia médico-quirúrgica, hospitalaria, farmacéutica y de rehabilitación que necesitan para reincorporarse a la sociedad, además le brinda un subsidio económico durante el periodo de incapacidad temporal y una indemnización en caso de incapacidad permanente o muerte por un riesgo de trabajo.

Requisitos generales:

- a) La suscripción de cualquier seguro solo puede ser realizada de forma personal. En el caso de Personas Jurídicas, sólo puede ser realizado por el representante legal que conste en la Personería Jurídica.
- b) En caso de no poder presentarse personalmente, puede enviar a una persona autorizada con un poder autenticado por un notario, indicando claramente el trámite que va a realizar.
- c) Para todo trámite es requisito indispensable presentar el documento de identificación en original, vigente y en buen estado.
- d) Requisitos específicos:
- e) Presentar debidamente cumplimentado el formulario "Solicitud de Seguro". Por las características del tipo de póliza existe un formulario para cada producto.
- f) Cedula.
- g) Presentar la información de los Trabajadores
- h) Firmar la documentación.

4.1.6.2 Estudio Técnico

Este estudio se realiza con la intención de especificar las condiciones y recursos por considerar para el establecimiento de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, de modo que se comprenda de forma integral su actividad comercial, y así optimizar los procesos productivos y presentar un análisis financiero acorde con la realidad de mercado actual, a continuación se presentarán los aspectos técnicos por considerar.

4.1.6.3 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto pretende establecer un uso eficiente y eficaz de los recursos, para la construcción de esta empresa se consideran diferentes puntos como el terreno, la construcción, la maquinaria especializada para la producción y un camión para su distribución a los puntos de venta. Además de todo lo referente a la producción requerida en cuanto al recurso humano y cantidad de oferta y demanda mensual y anual del producto.

Asimismo, la totalidad del área del proyecto tiene una extensión de 600m², de los cuales 450,30 m² son para construcción. Respecto al edificio se construirá una “Nave Comercial”, la cual consiste en una estructura de columnas y vigas de perfil metálico, pisos enchapados, con oficina, dos baños, portones metálicos, planta eléctrica de emergencias, líneas de frío, planta de producción y área común.

Por otro lado, un factor que se debe tomar en cuenta para el tamaño de proyecto es la extensión de mercado que se pretende abarcar, que comprende al cantón de Nicoya, con posible extensión a zonas aledañas, y además tomando en cuenta la oferta la demanda de paletas heladas de la competencia en el área.

4.1.6.3 Ubicación

La construcción de este proyecto de la empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales se ubicará en el distrito de Nicoya. Específicamente en la propiedad de la familia de la interesada del negocio, con acceso de la calle principal, en ruta 21, de la pulpería el Buen Precio 70 metros noroeste, Nambí, Nicoya Guanacaste.

Ilustración 2. Ubicación



Fuente: Google Maps (2020)

4.1.6.4 Localización

Esta empresa de fabricación y comercialización de paletas artesanales tiene una localización en un terreno ocioso familiar, el cual actualmente es una finca que solo se utiliza para la actividad ganadera ocasional, otra consideración importante es la cercanía de la ubicación con acceso a la carretera nacional ruta 21, que permite el fácil acceso al mercado tanto de Nicoya como de Santa Cruz y que además posee acceso a los servicios básicos.

Además, el proyecto dispone de mano de obra, porque en la región específicamente de Nambí a escasos 500 metros, se encuentran las naves de las compañías de ChaRo y Dos Pinos, esto permite determinar que la ubicación de esta actividad es común, con lo cual se considera atraer mano de obra, insumos y materias primas de la zona.

4.2 Estudio administrativo

Este capítulo establece el camino que debe seguir la empresa, en términos administrativos para establecer los objetivos y estrategias requeridos para el cumplimiento de las metas; este estudio visualiza un contexto tanto interno como externo que permiten determinar rutas de acción ante posibles cambios.

De igual forma se realiza un sistema práctico y estructural acorde con las necesidades de la empresa, lo que genera respuesta rápida ante eventuales problemas de la organización, tomando en cuenta un organigrama para el buen funcionamiento, donde además se detallan por escrito un Manual de Puestos, necesario para que cada colaborador tenga claridad de quién es su superior inmediato al que debe rendir cuentas de sus funciones y responsabilidades.

4.2.1 ¿Quiénes somos?

Una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales ubicada en el distrito de Nicoya, en el actuar de la normativa jurídica, legal y ambiental que rigen la actividad comercial de una paletería artesanal.

4.2.2 Misión

Producir y comercializar paletas artesanales, en el distrito de Nicoya, que busca suplir gustos y preferencias de los consumidores que quieren experimentar nuevas fusiones de sabores de la forma más atenta y profesional en la provincia de Guanacaste.

4.2.3 Visión

Ser la empresa líder e innovadora en la producción y comercialización de la marca de helados en todas las presentaciones, con las normas de certificación de calidad; manteniendo el origen del producto, la excelencia en el servicio al cliente y la satisfacción para los colaboradores.

4.2.4 Principios y valores

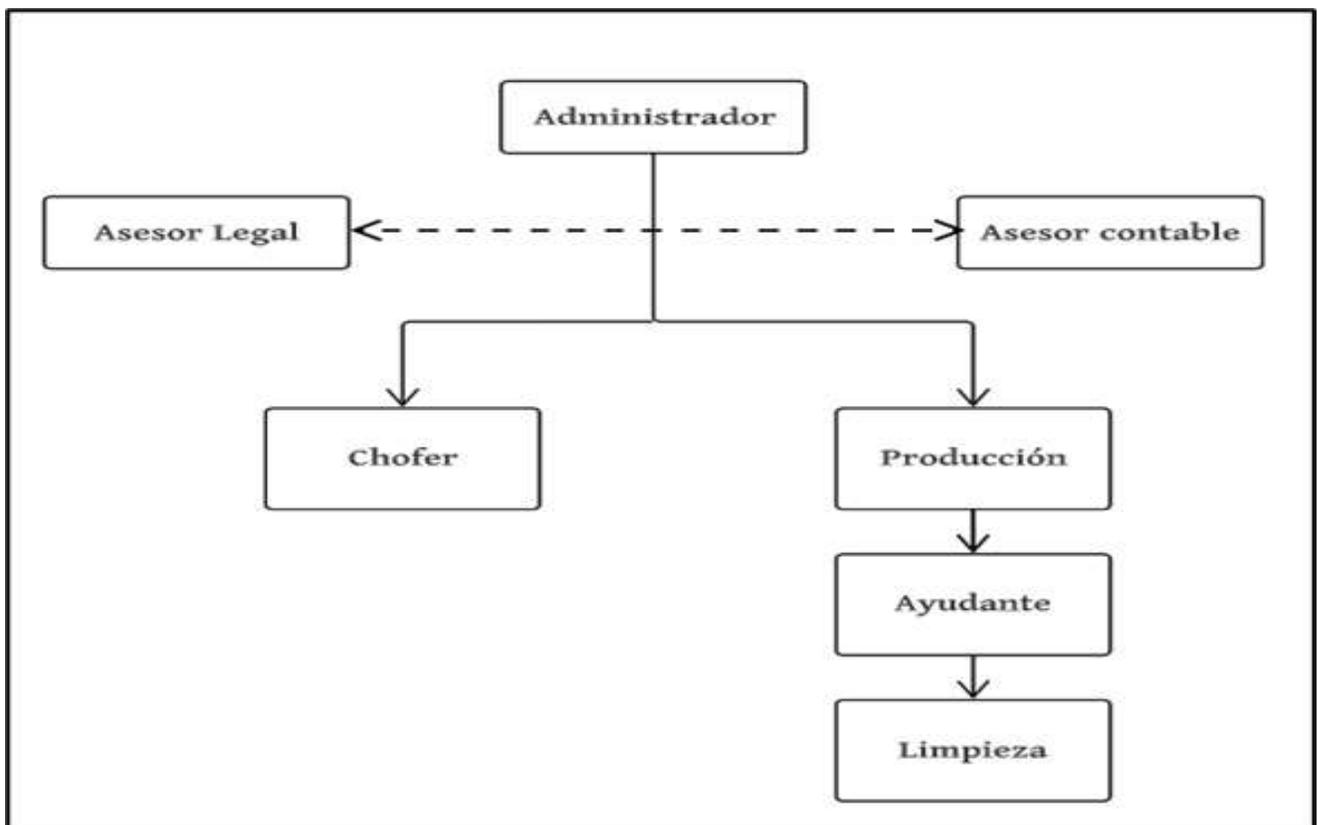
- a) Calidad: procurar que los productos que se ofrecen para satisfacción del cliente sean de excelencia, así como que el servicio brindado sea grato y eficiente.
- b) Comunicación: intenta que las relaciones tanto entre los colaboradores de la organización, como al relacionarse con los clientes sea fluida y sincera.
- c) Responsabilidad: refiriéndose a los trabajadores, la empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a entregar productos de calidad.

- d) Trabajo en equipo: promover la integración de cada uno de los miembros de la empresa al grupo laboral, para que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo.
- e) Innovación: es fundamental para la empresa debido a los cambios en los gustos y preferencias de los clientes, creando nuevos sabores, texturas y presentaciones.

4.2.5 Organigrama

La estructura organizacional de la empresa muestra de forma gráfica cada departamento y define las jerarquías de los puestos, como se observa en la siguiente figura:

Ilustración 3. Organigrama de La Empresa



Fuente: Elaboración propia (2021)

4.2.6 Departamentos laborales

- a) Área administrativa: conformada por el jefe y administrador de la empresa.

- b) Área Producción: se integra del chef (paletero) encargado de la preparación de los productos, la cual abarca todo el proceso productivo de las paletas. Además de la solicitud de los insumos y materiales necesarios y las relaciones oportunas con los proveedores. Y por un ayudante de producción quien velará por el orden y aseo diario de igual manera de la parte publicitaria del negocio donde se darán a conocer los productos, lugares de venta y demás información pertinente hacia los consumidores.
- c) Área de distribución: cuenta con un chofer que también desarrollará la posición de cajero.

Además, por el tamaño de la empresa se cuenta con contador externo para que lleve los temas contables de la misma.

4.2.7 Salarios

Los salarios presentados son tomados de la lista de salarios mínimos, según el Ministerio de Trabajo para cada una de las áreas presentes en la empresa, durante los primeros cinco años se ajustarán dando un aumento del 0,3 % en cada uno, de acuerdo con lo estipulado en el Consejo Nacional de Salarios para el sector privado.

4.2.8 Inversiones

La inversión para el proyecto de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya representa en primera instancia gastos legales, por cada uno de los trámites para su puesta en marcha. Por ello, se toman los gastos de servicios públicos, trámites municipales, trámites en el INS, registros de marca, maquinaria y herramientas, equipo de oficina, construcción en el terreno, vehículo y capital inicial, lo cual equivale a la suma de ₡ 53 926 760 en total.

Se considera que solamente tomando en cuenta la totalidad de los costos técnicos en el proceso, es que se logra desarrollar los requerimientos técnicos, que iniciarán la actividad comercial, que a su vez permite determinar el monto de la inversión inicial. De igual manera esta empresa debe tener a su disposición los activos necesarios para su operación, tales como: terreno, maquinaria, herramientas, entre otros.

De modo que el monto de inversión inicial se estipuló por medio de la investigación de la actividad palettera, estableciendo el terreno necesario, el equipo y el mobiliario que se requerirá y las características con las que debe contar la empresa.

4.2.8.1 Inversión inicial para la empresa

La inversión inicial se debe conocer con anticipación, ya que el proyecto requiere de activos preestablecidos, necesarios para poner en marcha el proyecto. Es imperante disponer de un capital inicial suficiente para adecuar la infraestructura acorde con la actividad que se desea y que permita alcanzar la meta del proyecto.

4.2.8.2 Terreno

El terreno está ubicado en Nambí de Nicoya, esta propiedad no posee ninguna actividad económica, tiene una extensión de 450,30 m², por tanto, se toma del mapa de valores del Ministerio de Hacienda un valor por metro cuadrado de 18000, el valor del terreno es de ₡ 8.105.400.

4.2.8.3 Construcción

Respecto a la construcción del proyecto, tiene una extensión de 100m² de construcción y el terreno restante será para parqueo, el edificio será una “Nave Comercial”, la cual cuenta con una estructura de columnas y vigas de perfil metálico, pisos enchapados, con una oficina, dos baños, portones metálicos, planta eléctrica de emergencias, líneas de frío, planta de producción y área común, todo esto con un costo total de 250,000 colones por metro cuadrado, lo que equivale a un costo total de ₡ 24 860 000. (ver anexo 21)

4.2.8.4 Vehículo

La construcción cuenta con un ingreso peatonal y un parqueo para vehículos, tanto para el camión de distribución de la empresa como para autos particulares y de proveedores.

De acuerdo con la ficha técnica del equipo Hino Modelo H302-2.5 ton, serie 300 2021 es un vehículo de mucho espacio, cómodo y seguro pensado en días largos de trabajo tiene una capacidad para 80 litros, con un motor 4009 c.c.

Posee una cabina Construida en su totalidad de acero, de volteo, asientos de vinil, 3 pasajeros, un asiento de chofer ajustable, dirección ajustable, hidráulica de bolas recirculantes, suspensión delantera: hojas semi elípticas reforzadas con amortiguadores de doble acción, suspensión trasera: hojas semi elípticas principales y auxiliares, con amortiguadores de doble acción, freno de tambor delantero y trasero, freno de mano: con válvula de peso, freno de Motor con válvula aplicada al escape.

Tiene una cobertura de 3 años o 100 mil km, lo que ocurra primero, y un costo total aproximado de \$25 700, su equivalente en colones al tipo de cambio de venta de 672 colones es de ₡17 270 400.

4.2.8.5 Kit de paletas 200

Este paquete es un conjunto de máquinas para facilitar el proceso de producción de paletas heladas, el cual incluye los siguientes elementos a un precio de \$14,100 (precios extraídos de la página oficial de la marca *Finamac*).

- a) Turbo 8 (150-250 paletas por hora): es un equipo automático para fabricar las paletas a base de agua o leche, es rápida, práctica y no requiere de conocimiento previo en la fabricación de helados.
- b) Mixer 15 (airea y homogeneiza): es una licuadora con capacidad de 8 litros. Tiene una hélice patentada que permite la homogeneidad de la mezcla, con capacidad de incorporación de aire, permitiendo que la paleta tenga una textura suave.
- c) *Flex Unmold* (con tanque de inmersión): es un tanque de agua caliente controlado que permite el desmoldado.
- d) Sellador Manual (embalaje): es un sellador de pedal con capacidad de 20 cm de sellado, además posee un barredor de metal que permite el sellado de polipropileno, laminados, biorientados, entre otros.

- e) Moldes y alineadores de palitos: son tres moldes de acero inoxidable, de 30 unidades con una capacidad de 0.8mm de líquido por paleta. Y un alineador para las 30 paletas de los moldes.
- f) Inmersión de glicol: es un compuesto químico líquido no tóxico que se mezcla con agua necesaria para congelar las paletas de forma uniforme.



Fuente: Finamac (2022)

4.2.8.6 Tablas de Inversión y costos de producción

A continuación, se presenta la información referente a la inversión inicial, con los montos específicos de cada aspecto necesario para la creación de la empresa, con la intención de justificar de manera más detallada todo lo que se requiere para efectos de implementación del proyecto.

Tabla 6. Inversión inicial

Maquinaria Herramientas Detalle	Monto en colones		
	Cantidad	Precio	Total
KIT 200	1		
Turbo 8	1		
Mixer 15	1		
Flex Unmold	1	9 475 200	9 475 200
Sellador	1		
Moldes	3		
Alineadores	1		
Mesa de acero	1	168 000	168 000
Pila de acero	1	195 000	195 000
Extintor de incendios	2	45 000	90 000
Cámara de refrigeración	1	447 000	447 000
Tabla de picar	2	2 800	5 600
Cuchillos	2	3 700	7 400
Caja transparente	5	2 200	11 000
Juego de medidas	2	1 800	3 600

Basurero	4	18 650	74 600
Paños	7	550	3 850
Recipiente rectangular	6	1 850	11 100
TOTAL			10 492 350

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 7. Equipo y oficina

EQUIPO DE OFICINA		Monto en colones	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Silla	2	91 900	183 800
Escritorio	1	188 900	188 900
Computadora	1	725 000	725 000
Impresora	1	135 000	135 000
Teléfono	1	47 810	47 810
Tableta	1	153 900	153 900
TOTAL			1 434 410

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 8. Terreno y construcción

TERRENO Y CONSTRUCCIÓN		Monto en colones	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
TERRENO	1	8 105 400	0
CONSTRUCCIÓN	1	24 860 000	24 860 000
TOTAL			24 860 000

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 9. Vehículo

VEHÍCULO		Monto en colones	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
CAMIÓN	1	17 270 400	17 270 400
TOTAL			17 270 400

Fuente: Elaboración propia (2022)

El monto total de inversión necesaria para esta empresa considerando la maquinaria, herramientas e infraestructura, asciende a ₡ 54 197160, además para iniciar su operación se debe invertir en suministros para la producción de paletas el cual se detalla en el siguiente apartado de capital de trabajo.

Ahora bien, sobre los costos de producción, es de suma importancia detallar también el valor económico de la materia prima que se utilizará para la producción de las paletas, razón por la cual se presenta seguidamente una tabla detallando dicha información.

4.2.9 Ingeniería del proyecto

En el distrito de Nicoya, la industria paleta artesanal es prácticamente, inexistente, visto que a nivel local, se identifica como competencia a tomar en cuenta respecto a la característica artesanal, únicamente, a la señora Nidia quien desde la informalidad de su hogar (ubicado a 50 metros hacia al sur de la Municipalidad de Nicoya) es famosa por la venta de sus helados artesanales; pero, a nivel de la comercialización de negocio a negocio, se consideran de influencia o competencia indirecta (ya que no son de corte artesanal), a las marcas Helados Sensación y Charo, sin embargo, la diferenciación de ser un producto artesanal, natural y sin preservantes se consideran estas características como una oportunidad, por la cual se encontró una apropiada en esta idea de negocio.

Los aspectos técnicos de la ingeniería de proyecto tienen un gran impacto sobre la inversión y los costos en los que se debe incurrir para la implementación del proyecto. Por lo que, es de vital importancia estudiar los principales factores relacionados con la actividad paleta, permitiendo así, determinar el manejo más eficaz y eficiente de los recursos necesarios para la producción de paletas artesanales.

4.2.9.1 Helados

En relación al consumo de helados, Aguilar (2018) comenta que Costa Rica está entre los primeros lugares en Latinoamérica de consumo per cápita de helados y que, en promedio cada costarricense consume 2.8 litros en helados” (párr. 1); se reconoce de este artículo también que en Centroamérica , se cuenta con el primer lugar de consumo en helados y leche, lo que indica que el negocio de los helados tiene grandes posibilidades de éxito; del mismo modo se toma como factor a favor de este tipo de negocio, el clima del país, ya que al ser un clima cálido (sobre todo en la zona de estudio), aumentan las probabilidades de prosperidad en ventas.

Es de suma relevancia hacer referencia a los tipos de paletas que se ofrecen, entre ellas se encuentran los especiales de la casa “piña colada”, “pay de limón”, “daiquiri de fresa”, “Mojito”, “pitahaya” y las clásicas de “fresa”, “coco”, “chocolate” y “maracuyá”, entre otras. Estas serán las principales paletas para distribuir, dejando abierta la posibilidad de ampliar la variedad con el paso del tiempo.

Con la intención de ampliar las especificaciones y características de las paletas, a continuación, se brinda información de la materia prima necesaria para la producción de dichas paletas.

4.2.9.2 Materias Primas

Sobre las materias primas, se reconoce que son la base para la fabricación o manufactura de cualquier producto, y que, además, es de suma importancia que cuenten con una buena calidad, de modo que el producto final tenga la mejor condición y aceptación por parte del mercado meta. En el caso de las paletas algunos insumos base son los siguientes.

Materias Primas:

- Leche y derivados
- Licores
- Frutas y jugos
- Azúcares
- Cacao y chocolate
- Estabilizantes
- Empaque
- Etiqueta
- Glicol
- Palitos de madera

Asimismo, sobre la selección de la materia prima, se destaca que esta debe estar alineada con las necesidades de los consumidores, y mucho más en lo que respecta a

productos de consumo alimenticio; en el caso de las paletas se pretende cuidar de la salud de los consumidores mediante la selección de materias primas naturales, frescas, y en óptimas condiciones.

Por otra parte, en referencia al control de las materias primas, como lo mencionan Colmenares, et al. (2015), “dicho control de materiales debe significar para la empresa una herramienta de gestión de los costos con miras a desarrollar una metodología de registro sistemático, planificado y minucioso sobre la materia prima” (párr. 4); es esencial que en este proyecto se dé un manejo controlado de los pedidos en donde se cuide tanto de las características específicas de cada insumo, como de los costos de cada material a fin de conseguir un efecto positivo en la proyección de costos.

La idea es optimizar el uso de los insumos tanto en el área contable y operativa, de manera que se garantice la eficiencia de los suministros.

4.2.9.3 Proceso productivo

El proceso productivo de las paletas heladas Chuppy’s Ice pretende combinar dos tendencias productivas, utilizando equipos de producción industrial básicos pero eficientes que agilicen los procesos, y además conservando estrategias artesanales que le den una diferenciación particular al sabor de los productos.

Cabe destacar que la producción artesanal como la describe Zorzi (2019) “es un tipo de fabricación de objetos que se realiza de forma manual o con máquinas y herramientas simples” (párr. 1); esta es la manera en la que se van a manejar los procesos productivos, integrando este tipo de estrategias con algunas máquinas de corte industrial, como en el proceso de congelamiento o empaque que agilicen la producción.

Ahora bien, la elaboración de las paletas consta de varios pasos, en primer lugar, la recepción y almacenamiento de materias primas, en donde se revisa el estado de los insumos, que estén frescos y que tengan la calidad esperada; seguido a esto se almacenan los productos sólidos y líquidos en los compartimientos a los que

corresponde ya sea dentro de frigoríficos (con temperaturas adecuadas) o estantes a temperatura ambiente según sea necesario.

En segundo lugar, se encuentra el pesado, dosificado y mezclado en donde los ingredientes sólidos se pesan, mientras los líquidos se pesan o dosifican, seguido a esto se mezclan los ingredientes hasta conseguir una mezcla homogénea.

En tercer lugar, el proceso de pasteurización, en el cual se pasteuriza la mezcla mediante calor con la intención de eliminar cualquier patógeno que pueda existir en la mezcla, además de completar la disolución de los ingredientes; de esta parte del proceso depende mucho el estándar respecto a la consistencia y sabor óptimos de las paletas.

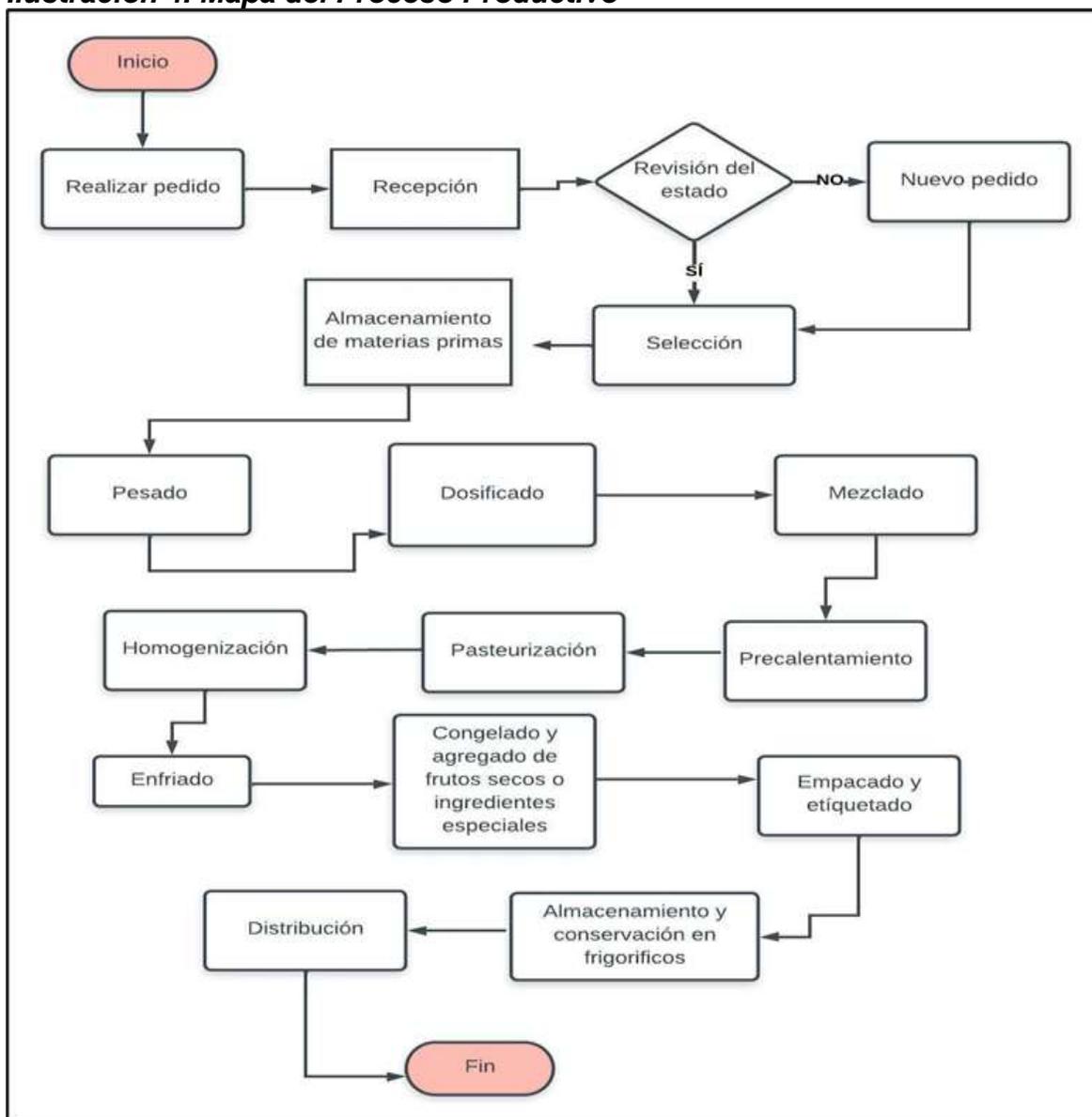
La cuarta parte del proceso comprende la congelación que será en congeladores de corte industrial, productoras de paletas “Turbo 8” con capacidad de 150 a 250 paletas por hora, se manipulan con líquido congelante y están congeladas en menos de 20 minutos.

Finalmente, en la quinta parte de proceso, se llega a la conservación de los helados en cámaras frigoríficas, en donde se almacenan en orden, por tipo y sabor; listas para distribución a los puntos de venta.

4.2.9.4 Flujograma del proceso productivo

Un flujograma o diagrama de flujo, puede esquematizar gráficamente las etapas de un proceso productivo, por lo tanto, a continuación, se explica paso a paso mediante esta herramienta, el proceso de producción necesario para las paletas heladas de Chuppy’s Ice, en la siguiente ilustración:

Ilustración 4. Mapa del Proceso Productivo

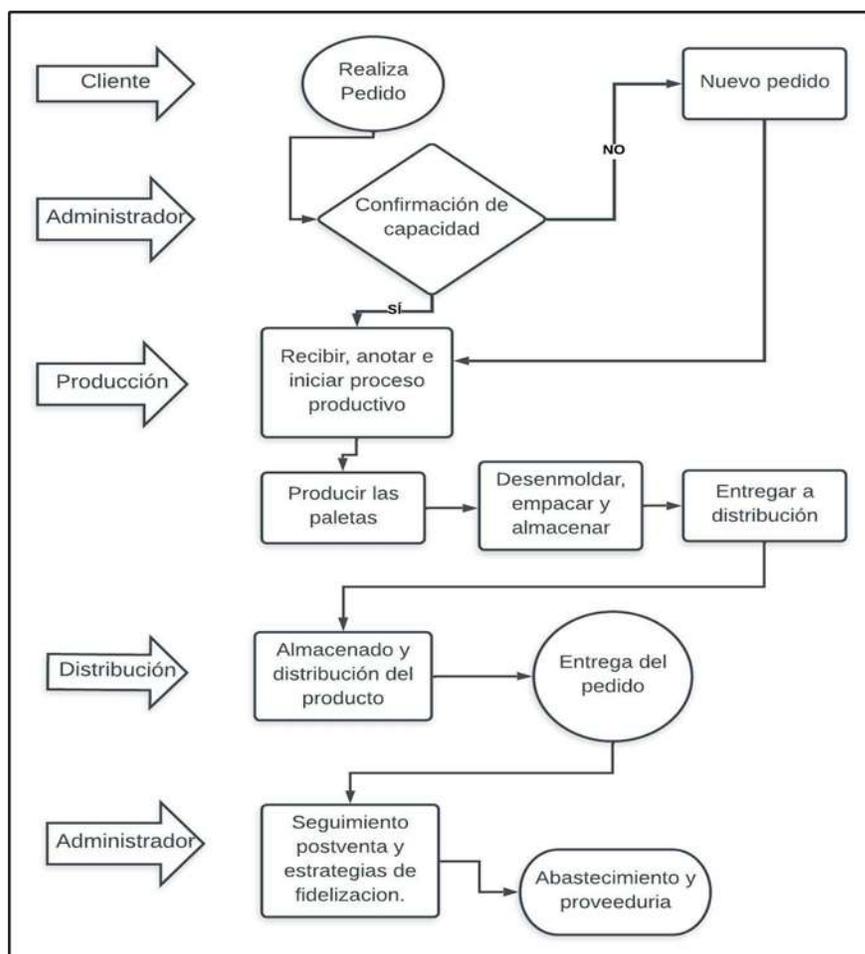


Fuente: Elaboración Propia (2022)

4.2.9.5 Diagrama del proceso de negocio

Para optimizar los procesos del negocio, tanto para cada uno de los colaboradores del proyecto, y para brindar una buena experiencia a los clientes, se presenta a continuación el diagrama con las respectivas responsabilidades de cada puesto:

Ilustración 5. Proceso del Negocio



Fuente: Elaboración Propia (2022)

El diagrama o flujograma del negocio, brinda de manera sencilla y dinámica las tareas elementales, a modo general, correspondientes para cada uno de los puestos de la empresa, de modo que toda interacción, tanto a lo interno como a lo externo, esté clara y sea casi mecánica, es decir que fluya de manera automática, pero sobre todo eficiente.

Del mismo modo, como se menciona, en un documento técnico del Consejo de Auditoría Interna General de Gobierno, de Chile (2016), “Los mapas de procesos se componen de diagramas de bloques simples, que grafican el flujo de las actividades. Las actividades, se expresan a través de nombres sencillos y sin detalle, considerando las condiciones de decisión más generales” (p. 11); cabe destacar que estos mapas

deben estar al alcance de los colaboradores o a la vista de todos; la idea principal, es que esta información permite optimizar la experiencia de los consumidores.

4.2.9.6 Registro de marca

Para el registro de la Marca Chuppy's Ice se debe seguir un proceso en el que existe la opción de hacerse personalmente o mediante un abogado especialista en registro de marcas. Para efectos de reducir costos en representante legal, se hará personalmente.

Este proceso tiene varias etapas, en primer lugar, se debe estar preparado con la siguiente información: verificar que la marca sea original, es decir, que no haya sido antes registrada por otra persona; después preparar un logo (esto es opcional); y buscar número de clasificación de Niza.

Después de tener dicha información, se procede a llenar un formulario que se encuentra en el Registro Nacional de Costa Rica, identificado como "Formulario RPI-MC-01 Solicitud de Marca" y después de recibir el visto bueno, se realizan los pagos correspondientes a los derechos del registro con 32,000 colones costarricenses, además del pago de timbres con 20,000 colones costarricenses y sumado a esto, los costos en que se incurran con tres publicaciones del registro de la marca en el diario La Gaceta. Eso sería todo lo necesario para registrar correctamente la marca.

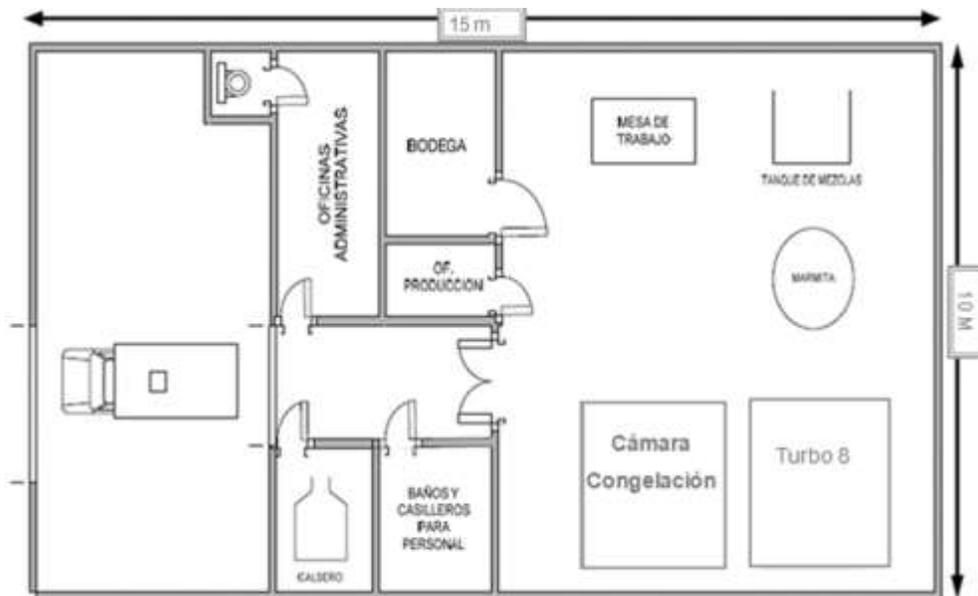
Por otra parte, cabe mencionar, que este registro tiene una duración de 10 años antes de caducar; como se menciona en el artículo 20 del Sistema de Información Sobre Comercio Exterior (SICE), donde se habla del plazo y renovación del registro, "El registro de una marca vencerá a los diez años, contados desde la fecha de su concesión. La marca podrá ser renovada indefinidamente por períodos sucesivos de diez años, contados desde la fecha del vencimiento precedente." (párr. 1); para la renovación es recomendable realizar el proceso unos 6 meses antes del vencimiento.

4.2.9.7 Distribución de planta

En lo que respecta a la planta de producción del proyecto, se pretende construir espacios apropiados para cada aspecto de la manufactura de las paletas, tanto a nivel de disposición de las máquinas, como para el recurso humano. La idea es que el espacio físico permita la eficiencia en las labores productivas, adecuando los espacios a las necesidades de las funciones de producción, administración y distribución.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede decir que la construcción del espacio físico de la empresa va en función de cubrir las necesidades básicas para un correcto proceso productivo, por lo que se propone la siguiente distribución de la planta, en la Ilustración que se observa a continuación:

Ilustración 6. Croquis figurativo



Fuente: Google (2022)

Sobre el tipo de distribución de planta se seleccionó la categoría funcional, en la que como menciona García (2020), “se adopta cuando los recursos se organizan según su función” (p. 8); esta distribución pretende dar uso adecuado a los recursos, basándose en el fácil desplazamiento del recurso humano de un área a otra según las diferentes tareas que deban realizar para el proceso productivo; es decir que la posición tanto de

maquinarias como de los materiales vaya en función de un desplazamiento y operatividad práctica y eficiente.

4.2.9.8 Materiales y detalles de construcción

En aras de describir un poco respecto a la construcción de la planta, cabe decir que, la propiedad en la que se ubicará la planta cuenta con 450,30 m² de cual se planea utilizar para la construcción del proyecto 100 m² y en el terreno restante se dejará para parqueo o área del transporte de distribución.

Respecto a la construcción en sí, el edificio o “Nave Comercial”, deberá contar con estructuras de columnas y vigas de perfil metálico, y con pisos enchapados; contará también con una oficina y su respectivo baño; portones metálicos, planta eléctrica de emergencias, líneas de frío; planta de producción, un segundo baño de colaboradores, un área común, y una bodega, todo esto con un costo total de 250,000 colones por metro cuadrado, lo que equivale a un costo total de 25,000,000 de colones.

4.3 Estudio de mercado

En el siguiente apartado se analiza el entorno de mercado o segmento al que se pretende dirigir este proyecto. Entre la materia de interés de esta sección se estudia la oferta, la demanda, las estrategias de comercialización y distribución, y la competencia, entre otros.

Además, se describirán el perfil del proyecto, en su concepto de marca, de manera que este se adecue a las características del mercado meta, engranando ambas partes de estudio, hasta llegar satisfacer tanto los gustos y preferencias de los consumidores, como las necesidades y el éxito asegurado del proyecto.

4.3.1 Mercado

Es de conocimiento general, que el mercado es el espacio en el que se da la interacción de la oferta de una empresa o proyecto, y la demanda de un grupo específico de consumidores; en el caso de este proyecto, Chuppy’s Ice, ofrece sus paletas a la población de distrito de Nicoya y zonas aledañas.

Se considera una delimitación de clientes finales directos, en un grupo dentro del rango de edad de los 25 hasta los 59 años, tomando en cuenta el factor del poder adquisitivo, sin embargo, se reconoce que clientes indirectos, como lo serían, adultos jóvenes (no asalariados), jóvenes, niños e incluso adultos mayores, serán también parte de la demanda de las paletas, pero en manera de cliente final indirecto.

Por otra parte, cabe comentar que se pretende distribuir a puntos de venta, es decir una implementación de negocio B2B como método principal y a modo secundario el B2C, dirigiendo las ventas tanto a otros negocios (supermercados, pulperías, etc.) como a los propios consumidores, de forma directa en un menor grado.

Ahora bien, para efectos de tener un mejor conocimiento sobre el mercado meta, se aplicó un cuestionario a una muestra de 372 personas, que proporcionó información necesaria para analizar la mezcla de mercado más apropiada para este proyecto. Entre los aspectos abarcados dicha encuesta, se encontraban, las “4P”, producto, precio, plaza y promoción.

Dichas encuestas fueron aplicadas de forma directa en el centro de Nicoya, aleatoriamente y se logró obtener información valiosa sobre el mercado al que se debe dirigir este proyecto.

Como resultado de la encuesta se encontró que el 96,2 % de la muestra consume paletas heladas, lo que implica o confirma que es un buen producto para comercializar; por otra parte, se encontró que más de 200 de los encuestados consume una vez por semana paletas heladas; y que más de 200 individuos los compran en pulperías y poco menos de 100 de la muestra también, los compran en supermercados, lo que confirma que la comercialización B2B es bastante apropiada.

4.3.2 Análisis del mercado

Los productos de Chuppy's Ice van dirigidos principalmente a la población de Nicoya, sin dejar de lado las zonas aledañas, esto en vista de que se distribuirán los productos a puntos de venta tales como, pulperías, minisúper y supermercados entre

otros; por lo que se abarcaran puntos de venta ubicados en las zonas cercanas a Nicoya.

Ahora bien, en relación con características del grupo muestral estudiado, se encontró que el rango de edad de los principales consumidores de paletas en los hogares de Nicoya y sus alrededores, está entre 5 y 12 años, con un 37 % de representación, seguido por un 28 % con rango de edad entre los 26 y 64 años; de esta información cabe destacar que la población más representativa (infantil) son consumidores indirectos, ya que los clientes directos serían los adultos con poder adquisitivo que realizan la compra de las paletas heladas para los infantes.

Por otra parte, se estableció que la razón que influye mayormente en el momento de adquirir una paleta helada, es el sabor, con un 70,7 % de representación, mientras que en un 11,6 % se dejan influenciar por el precio de los productos; además, se reconoció que un 59,7 % prefieren las paletas con base en leche, un 10,5 % en yogurt, y un 26.1 % en agua; asimismo, sobre el sabor una mayoría prefieren el sabor a chocolate, la fresa y el coco, factores bastante relevantes en la selección de variedad de los productos finales.

Asimismo, en la aplicación del estudio de campo también se encontró que un 67.6 % tiene como marca preferida, Dos pinos, mientras que un 8 % tienen mayor disposición por la marca ChaRo y un 7 % por la POPS, lo que indica que hay una mayor disposición por las marcas de corte industrial como la Dos Pinos, sin dejar de lado otras marcas un poco más artesanales; asimismo, se descubrió que un 96.2 % de esta población estaría dispuesta a probar una nueva marca de paletas artesanales.

En referencia a la frecuencia con la que la muestra acostumbra comprar productos helados, como ya se mencionó anteriormente, es una vez a la semana, y además se determinó que en lo que respecta a horarios, hay una tendencia a realizar compras de este tipo de producto, de 11 de la mañana a 5 de la tarde representado por un 60,2 % de la muestra y en un 32.3 % lo hacen de 5 de la tarde a 10 de la noche; de lo que se puede deducir que en este rango de tiempo es buena opción para realizar

promociones, actividades o llamados a la acción, que aumenten aún más la probabilidades de ventas.

Otros de los aspectos revelados en la investigación de campo, están relacionados con los montos o precios que está dispuesto a pagar el mercado meta; se pudo conocer que del 53,2 % está dispuestos a pagar hasta 500 colones por paletas con base en agua, y un 29,6 % podrían pagar de 500 a 1000 colones con la misma base; por el contrario, respecto a las paletas con base de leche, un 47,8 % está dispuesto a pagar de 500 a 1000 colones por paletas, mientras un 20,2 % podría pagar unos 500 colones por producto, y que un 14,8 % pagaría hasta 1500 colones por una paleta con base de leche.

Por último, otro de los hallazgos tiene que ver con los medios de publicidad, de lo que se descubrió que un 35,8 % recuerda haber visto publicidad de paletas o helados en la televisión; mientras que en las redes sociales se encontró que *Instagram* tiene una representación de 31,2 %, *Facebook* se ve reflejado en un 21,2 % y *WhatsApp* en un 6,7 %; información que será de gran utilidad en las estrategias de promoción y mercadeo de la marca.

4.3.3 Oferta y demanda del mercado

En los siguientes ítems se describirá información relevante y concerniente a la oferta y la demanda de las paletas artesanales de Chuppy's Ice, con la intención de ampliar los conocimientos, tanto de las características, como de las preferencias de clientes y competidores; con dicha información se podría facilitar la toma de decisiones de la marca al respecto de la comercialización de los productos.

4.3.4 Demanda

En el siguiente apartado se detalla la demanda encadenada basada en los datos recabados mediante el instrumento (la encuesta), de manera que se analiza la disposición de compra y de pago de una muestra de 372 personas, representativa de la población total (11697). Se muestra a continuación la tabla sobre la demanda del producto:

Tabla 10. Demanda del producto

Servicio	Muestra	Personas dispuestas a comprar paletas	Personas dispuestas a comprar paletas de agua y leche	Personas dispuestas a comprar paletas artesanales	Personas dispuestas a pagar lo estipulado en paleta de agua	Personas dispuestas a pagar lo estipulado en paleta de leche
	372	96,20 %	85,80 %	96,20 %	13,40 %	28,00 %

Fuente: Elaboración Propia (2022)

De acuerdo con los datos recolectados en la encuesta realizada a la muestra de 372, se obtuvo que el 96,20 % estaban dispuestas a comprar paletas, de las cuales el 85,80 %, compraría paletas con base de agua y leche, por último, el 96,20 %, afirma que adquirirá paletas elaboradas de forma artesanal.

Asimismo, se identificó que un 13,40 % de los encuestados están dispuestos a pagar el monto estipulado por las paletas de agua, y que un 28 % afirmó estar anuentes a adquirir las paletas con base de leche en el monto establecido. Es decir, que están en la disposición de pagar mil colones o más por paletas artesanales, lo que es positivo para Chuppy's Ice.

Es importante mencionar, que, si la población total es de 11.597, y si el 96,20 % consumiría las paletas artesanales, se puede decir que la demanda potencial sería de 3,812 personas dispuestas a consumir una paleta helada a la semana. Cabe destacar que Nicoya es una zona que se caracteriza por ser calurosa y normalmente soleada, por lo que, este producto es bien aceptado por la población en estudio.

4.3.5 Oferta

En cuanto a la oferta, es importante mencionar que, para la producción de las paletas, Chuppy's Ice utilizará el equipo mencionado en los apartados anteriores, y entre ellos, se encuentra una máquina con capacidad de producción de 150 a 250 paletas por hora. Sin embargo, se debe recordar que la oferta debe responder a la demanda esperada.

Por esta razón, es posible producir de forma semanal con el propósito de que la producción sea más acertada, es decir, aquellas paletas que presenten una alta demanda y que se estén acabando con mayor rapidez se podrían elaborar para que no haya faltante de este producto.

En este sentido, la producción mensual rondaría entre las 45744 paletas la cual es acorde a la demanda estimada, además, cabe mencionar que el producto se puede almacenar con facilidad siempre y cuando se encuentren a la temperatura correcta.

4.3.6 Punto de venta y distribución

Toda la información relacionada con el punto de venta de las paletas heladas de la marca Chuppy's Ice, y respecto a la distribución de los productos se presenta en este apartado. Se abarcan aspectos tales como la logística de distribución y los canales mediante los que trasladará la mercancía; además, sobre la cabeza de la cadena de suministros, o el punto de venta se describe la posición del punto de venta que fue la más favorable y eficiente.

4.3.7 Punto de venta

Sobre el punto de venta de la central o fábrica de Chuppy's Ice, este estará ubicado en el distrito de Nicoya, específicamente, en Nambí, a 70 metros Noroeste de la pulpería "El Buen Precio", con una extensión de 450,30 m², frente a carretera Nacional ruta 21. Cabe destacar que esta es una ubicación estratégica que genera eficiencia a la distribución, en vista de que no tiene limitaciones del plan regulador de la municipalidad, ni respecto a aspectos legales y al mismo tiempo se encuentra entre Nicoya y Santa Cruz, por lo que se considera una ubicación bastante favorable.

4.3.8 Distribución

Respecto a la distribución de los productos, es decir, las paletas heladas, se realizará mediante transporte terrestre, con un camión de distribución, con una capacidad para 80 litros y con un motor 4009 c.c, marca HINO NO4c-WF 4 cyl en línea e inyección directa (turbo-common rail) EURO 3, cuya potencia hp es de 81 kw; un vehículo con capacidad suficiente para satisfacer la demanda del mercado para distribuir y en el tiempo esperado.

Por otra parte, las rutas se harían hacia Nicoya y sus alrededores, principalmente, pero sin cerrar la posibilidad de crear una ruta rumbo a Santa Cruz. Se pretende abastecer pulperías, minisúper y supermercados entre otros. Además, se considera que se pueden realizar ventas directas desde el punto de venta, en Nambi.

4.3.9 Estrategia de comercialización

En esta sección se desarrollarán los aspectos relacionados con la mezcla de mercadotecnia que implica las “4 Ps” del *marketing*, producto, precio, plaza y promoción; con la intención de especificar las estrategias comerciales a implementar en el proyecto. Dicha información se presenta a continuación.

4.3.9.1 Producto

Sobre el producto, en la investigación de mercado realizada, se detectó que el mercado meta tiene una preferencia por las paletas con base de leche y que respecto a sabores hay una tendencia hacia las paletas con gusto a “chocolate”, “fresa”, y “coco”, en porcentajes representativos de 22 %, 18,3 % y 6,5 % respectivamente; lo anterior implica que estos pueden ser los productos estrella de la marca, sin descuidar los demás sabores, y con la posibilidad de ampliar variaciones de estos tipos de paletas heladas.

En referencia a otras características del producto, se encontró que entre las frutas preferidas para consumir en paletas son principalmente la fresa, y en menores porcentajes, la piña, el mango, el maracuyá, el banano y la sandía, dato por tomar en cuenta en el momento de aumentar la variedad de los productos.

Puede decirse entonces que los productos que se ofrecerán van acorde a los gustos y preferencias de los consumidores, basando las características del producto en las tendencias que predominan en el mercado a quien dirigen las paletas, y promoviendo el aumento en líneas de variedad de los productos, de manera que se vaya adecuando en el paso del tiempo a las tendencias predominantes en el mercado.

4.3.9.2 Precio

Con base en la información adquirida en la investigación de campo, se determinó el precio que el mercado meta está dispuesto a pagar al adquirir paletas heladas. Se descubrió que, para las paletas producidas con leche, más de la mitad de los encuestados están dispuestos a pagar entre 500 y 1500 colones costarricenses, con un porcentaje de 47,8 % los inclinados por un monto entre 500 y 1000 colones, y de un 14,8 % los de 1000 y 1500; y en referencia a las paletas en agua, un 53,2 % está dispuesto a pagar 500 colones y un 29,6 % las comprarían hasta por 1000 colones.

Por otra parte, tomando en cuentas los costos de materiales y producción se llegó a un precio estándar para las paletas Chuppy's Ice, de manera que estuviera tanto acorde con las expectativas del consumidor meta y dejando márgenes de ganancia; el precio que se estipuló como el óptimo para arrancar con la comercialización de los productos, fue de 550 colones costarricenses.

Cabe destacar, que se tomaron en cuenta también precios de la competencia, ya que después de observar los precios de los competidores directos de la zona de Nicoya, sus productos están en precios similares; además, el precio previene el aumento que se le realizará en los puntos de venta, quienes deben obtener también sus márgenes de ganancia. Se estima que la venta al consumidor final podría ser de ₡1000 la de agua y ₡1200 la de leche; con la posibilidad de adquirirlos al precio inicial al comprarlos en el punto de venta central.

4.3.9.3 Plaza

Se pretende ubicar la fábrica de paletas heladas de la marca Chuppy's Ice en Nambí, pueblo perteneciente al cantón de Nicoya, Guanacaste; lo que se considera

una ubicación geográfica bastante favorable para una actividad comercial de esta clase, en primer lugar, la tendencia del mercado hacia ese tipo de productos, y por otra parte la influencia del clima en esta tendencia. Al ser una zona de clima bastante cálido, hay una necesidad del mercado meta de refrescarse con productos fríos.

En el estudio de mercado realizado, se descubrió que hay una tendencia de consumo de paletas heladas en las horas más calurosas del día, entre las once y cinco de la tarde, un 60 % de los encuestados contestaron que es la hora a la que acostumbra consumir helados. Por lo que se ha tenido en consideración esta información en la elección de la ubicación de la empresa.

Por otra parte, otro de los factores que se ha tomado en cuenta es que en la zona hay muy poca competencia directa, lo que implica una gran posibilidad de comercializar un producto bien diferenciado, lo que va a permitir un desarrollo adecuado del producto como tal en la zona.

Por último, cabe destacar que la distribución de los productos se hará de manera indirecta, es decir en otros puntos de venta, tales como pulperías, supermercados, minisúper, y más, esto en vista de que según el estudio de mercado que se realizó, estos son los principales establecimientos en los que el mercado meta acostumbra a adquirir paletas heladas; pero, de igual manera se realizarán ventas directas en el punto de venta de Chuppy's Ice.

4.3.9.4 Promoción

En la investigación de campo realizada, se estableció que los medios más usuales en los que los encuestados ven publicidad de este tipo de productos es en televisión con un 35,8 % de representación, mientras que *instagram* y *facebook* cuentan con 31,2 % y 21,2 % respectivamente; por lo que se considera que para la promoción de este debe aprovechar el interés del mercado meta por los medios más representativos, dejando de lado la televisión por razones de costos.

Para promocionar los productos de Chuppy's Ice, primeramente, se creará y compartirá contenido en redes sociales, dando especial importancia a *Instagram*, que

es la red que en la actualidad cuenta con mayor conexión con los clientes, sobre todo en cantidad de usuarios, es decir, que tiene mayores posibilidades de reacciones a su contenido y del mismo modo de buen posicionamiento de la marca. Es importante, establecer, aunque este sea el medio principal no se dejará de lado *facebook* e incluso otras redes como *Tick Tock*, en donde se puede encontrar cierta parte del mercado meta que no debe ser descuidada, cubriendo todo el público meta posible.

4.3.10 Desarrollo de la marca

Con la intención de describir los aspectos más relevantes de la marca Chuppy's Ice, es decir, de ilustrar el concepto de la marca como tal, se presenta a continuación la información más destacable, con la que este proyecto pretende diferenciarse.

4.3.10.1 Marca

El proyecto para la creación y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya tomará como nombre de marca "Chuppy's Ice"; dicho nombre e idea de negocio fueron creados por la interesada en implementar el proyecto. El significado de este está relacionado a que inicialmente las paletas tenían contenido de licor, y se hacía alusión a este tema, sin embargo, con el tiempo, se volvieron paletas más tradicionales y se dejó de lado el contenido de alcohol para ampliar el mercado meta, pero el nombre no se cambió, a razón de que se le puede dar una interpretación bastante ambigua, además de tener una eufonía contagiosa y divertida.

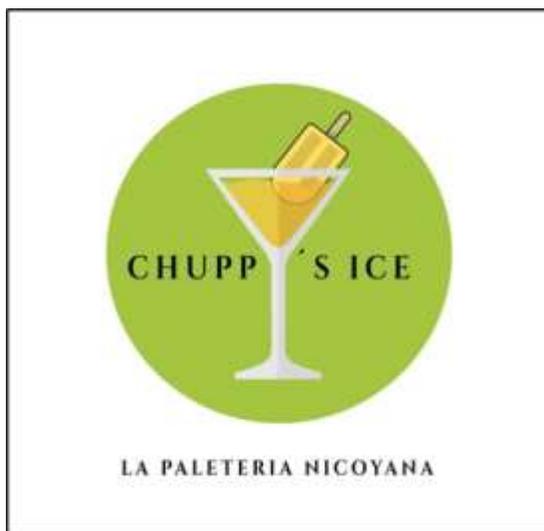
4.3.10.2 Eslogan

La marca Chuppy's Ice contará con una frase identificativa o eslogan, que hace referencia de imagen a la identidad Nicoyana, de manera que la marca se posicione de manera positiva en la mente del consumidor, la frase es "La palettería Nicoyana"; la idea es que por medio de este *slogan* se estimule el sentido de pertenencia y de identidad de la población Nicoyana; de manera que el mercado meta se sienta fuertemente identificado con los productos de la marca, que la sientan parte de ellos, esto tomando en cuenta, también que en la actualidad se le está dando importancia y se ha hecho tendencia el consumir de lo propio, es decir, de productos regionales o nacionales.

4.3.10.3 Logotipo

El logotipo de Chuppy's Ice es de tipo imagotipo, lo que significa que combina letras e imágenes representativas de la marca, en este caso el nombre y eslogan de la empresa aunado a la imagen de una copa y la paleta helada, en combinación de colores refrescantes que son el verde y el amarillo, lo que ocasiona que el dicho imagotipo sea llamativo y fácil de recordar en la mente del consumidor.

Ilustración 7. Logotipo Chupsice



Fuente: Elaboración propia (2020)

4.3.10.4 Plan de introducción en el mercado

Para la introducción de la marca al mercado regional, se pretende primeramente crear y aplicar una campaña publicitaria robusta que destaque las características diferenciadoras del producto, tales como el corte artesanal, y de base natural; todo en los medios virtuales como redes sociales, o bien más tradicionales como el perifoneo, y sin duda, la metodología de boca en boca, de manera que se vaya dando a conocer paulatinamente la empresa; se planea la participación en ferias o actividades similares fomentada por entidades como la municipalidad de Nicoya, ya que son bastante comunes y oportunos este tipo de espacios.

Asimismo, se creará una base de datos con los potenciales puntos de venta en la zona de Nicoya a quienes se les ofrecerán los productos de la marca, esto implica,

pulperías, minisúper, supermercados y otros; creando relaciones comerciales del tipo “negocio a negocio” (B2B), para fomentar las ventas al mayoreo, mismas que serán la mayor fuente de ingreso de la empresa, sin dejar de lado las ventas a consumidor directo (B2C) como método secundario.

Por último, es de suma importancia aprovechar el soporte de entidades que apoyan pequeñas y medianas empresas, para efectos de fortalecer o sacar ventajas que puedan brindar este tipo de entidades para aumentar las probabilidades de éxito del proyecto, ya sea con capacitaciones o apalancamientos económicos de cualquier tipo, de modo que se asegure la calidad, tanto de los productos como de la eficiencia productiva y comercial.

4.3.10.5 Análisis de la competencia

Al hablar de competencia, se infiere todo aquel producto o comercializador de productos similares a los de Chuppy’s Ice, es decir de paletas heladas artesanales, en la zona de Nicoya; en estos términos, la zona cuenta como competencia de la venta directa al consumidor final, a la única persona en Nicoya que produce helados artesanales, Doña Nidia, que como se ha mencionado anteriormente en este proyecto es la única identificada en la región Nicoyana.

Ahora bien, en lo referente a la comercialización de negocio a negocio (B2B), es decir a la venta a supermercados, minisúper, pulperías o negocios similares, se considera relevante tomar en cuenta a marcas como Charo y Helados sensación, e incluso, en la clasificación de paletas, a la Dos Pinos, ya que estas marcas podrían influir en las decisiones de compra de los consumidores finales.

Sin embargo, cabe destacar que estas marcas son de corte industrial de manera que las paletas de Chuppy’s Ice se diferencian por la forma de producción, sabor, consistencia y textura exclusivos de los productos artesanales, esto, además de la base natural y sin preservantes de los productos, atacando un mercado meta un poco más consciente y exclusivo.

4.3.10.6 Proveedores

Respecto a los proveedores, al ser una elaboración de corte artesanal y natural, se prioriza la adquisición de los insumos en estado de óptima calidad y fresca como sea posible; por lo cual, respecto a los materiales de producción de las paletas se presenta en el siguiente cuadro el detalle de los proveedores o instituciones en los que se puede adquirir (en los mejores precios y estado), todo lo necesario para un proceso de manufactura de las paletas efectivo y suficiente.

Tabla 11. Proveedores

Detalle	Proveedor
Leche y derivados	Dos Pinos
Licores	Licorería
Frutas y jugos	Ferreto
Azucar, cacao y chocolate	Distribuidora Barrantes
Estabilizante y Glicol	Finamac
Empaque y etiqueta	Pequeño mundo
Palitos de madera	PriceSmart

Fuente: Elaboración propia (2022)

Cabe destacar que en la elección de los proveedores se tomaron en cuenta diversos factores, como la accesibilidad, la posibilidad de alianzas, y los costos, con la intención de facilitar estrategias posibles o tangibles que aumenten la eficiencia productiva de la empresa, mediante un servicio de proveeduría eficaz, cuidando así la cadena de valor de los productos.

4.4 Estudio financiero

En este apartado se presenta la medición de rentabilidad del proyecto, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, Guanacaste en el periodo 2021-2022; por ello se desarrollarán los costos y gastos que tendrá el proyecto, para tener claridad en la inversión inicial. Además, por medio de análisis de los instrumentos financieros se conocerá la factibilidad del proyecto por implementar.

4.4.1 Inversión inicial

Es necesario considerar en primera instancia los gastos de servicios básicos y la tramitología que compone el proyecto, tanto los técnicos como los legales para poner en marcha la operación de la empresa dentro del marco jurídico costarricense, se refleja un resumen en la siguiente tabla de la cantidad que se debe considerar en cada institución.

Tabla 12. Gastos en requisitos

Tramite	Monto en colones	Costo
Trámite AYA		
Pago de conexión		30 000,00
Trámite Coopeguanacaste		
Derecho		12 000,00
Cuota de ADMISIÓN		150 000,00
Medidor (combo)		200 000,00
Trámite Municipalidad Nicoya		
Patente comercial		19 800,00
Trámite Ministerio de Salud		
Permiso de funcionamiento		33 000,00
Trámite INS		
Póliza de riesgos		330 812,00
TOTAL		625 762,00

Fuente: Elaboración propia (2022)

Posterior al pago de los gastos legales se procede a establecer la inversión inicial del proyecto, dentro de la cual se tomen en cuenta aspectos como la maquinaria necesaria para la producción de las paletas, el equipo de oficina, el vehículo para distribuir en los puntos de venta entre otros. Por tanto, a continuación, se detalla cada rubro de la inversión de arranque, indispensable para iniciar las operaciones del proyecto.

Tabla 13. Inversión inicial para la empresa

MAQUINARIA HERRAMIENTAS		Monto en colones	
DETALLE	CANT	PRECIO	TOTAL
KIT 200	1		
Turbo 8	1		
Mixer 15	1		
Flex Unmold	1	9 475 200	9 475 200
Sellador	1		
Moldes	3		
Alineadores	1		
Mesa de acero	1	168 000	168 000
Pila de acero	1	195 000	195 000
Extintor de incendios	2	45 000	90 000
Cámara de refrigeración	1	447 000	447 000
Tabla de picar	2	2 800	5 600
Cuchillos	2	3 700	7 400
Caja transparente	5	2 200	11 000
Juego de medidas	2	1 800	3 600
Basurero	4	18 650	74 600
Paños	7	550	3 850
Recipiente rectangular	6	1 850	11 100
TOTAL			10 492 350

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 14. Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA		Monto en colones	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Silla	2	91 900	183 800
Escritorio	1	188 900	188 900
Computadora	1	725 000	725 000
Impresora	1	135 000	135 000
Teléfono	1	47 810	47 810
Tableta	1	153 900	153 900
TOTAL			1 434 410

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 15. Terreno y Obra

TERRENO Y OBRA		Monto en colones	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
TERRENO	1	8 105 400	0
CONSTRUCCIÓN	1	24 860 000	24 860 000
TOTAL			24 860 000

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 16. Vehículo

VEHÍCULO		Monto en colones	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario/colones	Total
CAMIÓN	1	17 270 400	17 270 400
TOTAL			17 270 400

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Después de tener claro todo lo referente a la inversión inicial, tomando en cuenta todos los costos del negocio, se procede a reconocer los recursos necesarios para la realización de las operaciones del proyecto, es decir el capital de trabajo.

4.4.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo determina la eficiencia económica que tiene la empresa para desempeñar sus actividades, para generar efectivo se trabaja 50 % con compras de contado y el otro 50 % compras a crédito, mismo que permite lograr una adecuada operatividad a lo largo del tiempo.

Por lo anterior, teniendo establecido el capital de trabajo para iniciar las labores de producción se procede a evaluar las opciones de financiamiento para la selección de la más apropiada para el proyecto.

4.3.3 Opciones de financiamiento

En este apartado se detallan las opciones de financiamiento destinadas a cubrir los gastos, el capital de trabajo, donde se analizaron diversas opciones en diferentes entidades como Banco Nacional, Banca de Desarrollo e Instituto Mixto de Ayuda Social

(IMAS), sin embargo, para efectos de simplificar el análisis de la información financiera, se desarrolla el aspecto financiero bajo el supuesto de que el Banco Nacional brindará el 100 % del financiamiento.

Sin embargo, se comprende que es probable que en la implementación del proyecto se deba buscar financiamiento en más de una entidad, dado que el monto de este es algo elevado; de igual manera se considera la posibilidad de concursar por financiamientos no reembolsables como los del IMAS, institución en la que se están ofreciendo montos bastante elevados a las pequeñas y medianas empresas; o bien el aplicar para los préstamos del 80 % que el Banco Nacional, dejando sobre hipoteca y aporte propio el otro 20 % del préstamo, o incluso el optar por los préstamos del 100 % que ofrece esta entidad en su Banca de Desarrollo.

Cabe destacar que para aplicar o concursar por estos financiamientos se debe procurar cumplir con ciertos requisitos, tanto a nivel de microempresa como de la emprendedora en cualquiera de las entidades estudiadas.

A continuación, se detallan los dos préstamos por inversión inicial a un plazo de 15 años, por la compra del vehículo y por el capital de trabajo a un plazo de 8 años; el monto total del que requiere de financiamiento para el proyecto de paletas artesanales es de ₡ 53.926.760.

Tabla 17. Detalle del préstamo inversión inicial

Detalle	Monto en colones
Monto del préstamo en colones	53 926 760,00
Tasa	0,77 %
Plazo	180 meses
Cuota mensual en colones	557 468

Fuente: Elaboración Propia (2022)

La tabla anterior representa el préstamo total, el cual se compone de dos préstamos los cuales se detallan a continuación:

Tabla 18. Detalle del préstamo de vehículo

Detalle	Monto en colones
Monto del préstamo	17 000 000,00
Tasa	0,77 %
Plazo	180 meses
Cuota mensual	251 175

Fuente: Elaboración Propia (2022)

El préstamo del vehículo tiene una cuota de 379 826 colones, la cual se desglosa de la siguiente manera: intereses de 284 336 más amortización por un monto de 95 490, cabe destacar que la amortización y la tasa de interés tiene una relación inversa, por lo que a medida que se pague el préstamo, los intereses bajan y la amortización aumenta y el ultimo pago se compone de 2902 de intereses y una amortización de 376 924

Tabla 19. Detalle del préstamo capital de trabajo

Detalle	Monto en colones
Monto Del Préstamo	36 926 760
Tasa	0,77 %
Plazo	180 meses
Cuota Mensual	198.206

Fuente: Elaboración Propia (2022)

El préstamo del capital de trabajo tiene una cuota de 352 900 colones, la cual se desglosa de la siguiente manera: intereses de 183 914 más amortización por un monto de 168 986, cabe destacar que la amortización y la tasa de interés tiene una relación inversa, por lo que a medida que se pague el préstamo, los intereses bajan y la amortización aumenta y el ultimo pago se compone de 2697 de intereses y una amortización de 350 203.

4.3.4 Costos de producción de la empresa

Los costos se dividen en dos variables y fijos, los variables están en continuo cambio durante un periodo corto de tiempo mientras que los fijos se mantienen constantes en largos periodos.

4.3.4.1 Inversión en equipo

Chuppy's Ice, tiene un terreno, estos pasan a ser costos hundidos por un monto de ₡8 105 400.

En la tabla 20, se detallan los equipos y la depreciación en línea recta.

Tabla 20. Equipos y depreciación en línea recta

Balance de costos hundidos			Monto en colones			
Activo	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)	Valor de desecho	Depreciación anual
Terreno	1	8 105 400,00	8 105 400,00	0	0	-
Total		8 105 400,00	8 105 400,00			

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Al construirse Chuppy's Ice, deberá considerar una inversión en equipamiento para el nuevo, el monto por la compra de equipo es de ₡53 164 920 los precios se cotizaron con proveedores

En la tabla 21 se muestran los precios y el equipo necesario para el proyecto de Chuppy's Ice y depreciación en línea recta.

Tabla 21. Precios y equipo necesario para el proyecto en colones

Balance de equipo		Monto en colones				
Activo	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	Vida útil	Valor de desecho	de Depreciación anual
Mesa de acero	1	168 000	168 000	5	-	33 600
Pila de acero	1	195 000	195 000	5	-	39 000
Cámara de refrigeración	1	447 000	447 000	10	-	44 700
Máquina de hacer helados	1	8 742 000	8 742 000	10	-	874 200
Silla	2	91 900	183 800	5	-	36 760
Escritorio	1	188 900	188 900	5	-	37 780
Computadora	1	725 000	725 000	5	-	145 000
Impresora	1	135 000	135 000	5	-	27 000
Teléfono	1	47 810	47 810	5	-	9 562
Tableta	1	153 900	153 900	5	-	30 780
Construcción	1	25 000 000	25 000 000	50	-	500 000
Camión	1	17 270 400	17 270 400	10	-	1 727 040
Total		53 164 910	53 256 810			3 505 422

Fuente: Elaboración Propia (2022)

4.3.4.2 Costos Variables

De acuerdo con Ross et al. (2012), se determina que:

Estos cambian a medida que cambia la producción y son de cero cuando la producción es de cero. Los costos de mano de obra directa y materias primas de ordinario son variables. Es común suponer que un costo variable es constante por unidad de producción, lo cual implica que los costos variables totales son proporcionales en el nivel de producción. (p. 208)

Dicho lo anterior los costos variables son todos aquellos ingredientes necesarios para la producción de paletas que a lo largo del tiempo su precio puede variar, por ejemplo: leches, licores, frutas, azúcares, entre otros, mismos que se han detallado anteriormente en el apartado de capital de trabajo.

4.3.4.3 Costos Fijos

Según Ross, Westerfield, y Jaffe (2012), determinan que:

Los costos fijos no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el periodo. En general se miden como costos por unidad de tiempo, tal como la renta por mes o los salarios por año. Por supuesto, los costos fijos no son fijos para siempre. Lo son sólo durante un periodo predeterminado. (p.208)

Por lo tanto, los costos fijos son los que la mayor parte del tiempo se mantienen iguales y que mes a mes deben cancelarse, como lo son: los salarios, las cargas sociales, el servicio eléctrico, agua, teléfono, etc.

4.3.4.4 Costo de capital

El costo de capital es la rentabilidad mínima esperada del proyecto, para determinar este costo se debe considerar el índice de inflación y la ganancia esperada por el inversionista.

Tabla 22. Detalle de costo de capital

Detalle	Monto en colones	Porcentaje
Dueño	8 105 400	11 %
Banco	66 000 000	89 %
Total, Inversión	74 105 400	100 %

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Con lo anterior se observa que el dueño aporta un 11 % del capital, y el banco aporta un 89 % de la inversión para llevar a cabo el proyecto, para un total de ₡74.105.400.

4.3.4.5 Flujo de caja proyectado

Este instrumento financiero es la estimación del dinero equivalente a los ingresos y gastos que se espera en el proyecto, se elaboran los flujos de caja para un periodo de cinco años, lo cual permite ver el comportamiento del efectivo de la empresa.

Igualmente se utilizan otras herramientas financieras como punto de equilibrio, tiempo de recuperación de la inversión, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) tasa media de recuperación (TMR), todas para ampliar el criterio y obtener los resultados esperados.

Tabla 23. Flujo de caja proforma enero a diciembre 2022 (Monto en colones)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Entradas	10%	12%	10%	8%	8%	7%	7%	6%	6%	6%	10%	10%
Saldo inicial de caja		8 661 018	14 232 419	15 255 255	14 278 023	14 211 177	12 648 316	12 096 918	10 458 351	9 522 865	8 860 850	13 264 413
Ventas de paleta de agua	5 922 828	7 107 394	5 922 828	4 738 262	4 738 262	4 145 980	4 145 980	3 553 697	3 553 697	3 553 697	5 922 828	5 922 828
Venta de paleta de leche	14 851 270	17 821 524	14 851 270	11 881 016	11 881 016	10 395 889	10 395 889	8 910 762	8 910 762	8 910 762	14 851 270	14 851 270
Total, entrada	20 774 098	33 589 937	35 006 518	31 874 534	30 897 302	28 753 046	27 190 184	24 561 377	22 922 810	21 987 324	29 634 949	34 038 511
Egresos												
Compras	8 881 042	10 657 250	8 881 042	7 104 833	7 104 833	6 216 729	6 216 729	5 328 625	5 328 625	5 328 625	8 881 042	8 881 042
Contado	4 440 521	5 328 625	4 440 521	3 552 417	3 552 417	3 108 365	3 108 365	2 664 313	2 664 313	2 664 313	4 440 521	4 440 521
Mes 1		4 440 521	5 328 625	4 440 521	3 552 417	3 552 417	3 108 365	3 108 365	2 664 313	2 664 313	2 664 313	4 440 521
Trámites legales												
Electricidad	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000
Agua	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600	200 600
-Depreciación	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119
Servicio de contabilidad	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Teléfono	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000
Patente			19 800			19 800			19 800			19 800
Impuestos			33 000			33 000			33 000			33 000
Póliza INS	330 812					330 812						330 812
Salarios	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425	2 250 425
Cargas sociales	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363	596 363
Transporte	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Deuda	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726	732 726
Total, egresos	9 615 565	14 613 378	14 666 178	12 837 169	11 949 065	11 888 626	11 060 961	10 616 909	10 225 657	10 172 857	11 949 065	14 108 886
Flujo de caja	53 926 760	11 158 533	18 976 559	20 340 340	19 037 364	18 948 237	16 864 421	16 129 223	13 944 468	12 697 153	11 814 467	17 685 883
Impuestos sobre la renta		2 789 633	4 744 140	5 085 085	4 759 341	4 737 059	4 216 105	4 032 306	3 486 117	3 174 288	2 953 617	4 421 471
Flujo de caja neto	-53 926 760	8 368 900	14 232 419	15 255 255	14 278 023	14 211 177	12 648 316	12 096 918	10 458 351	9 522 865	8 860 850	13 264 413
Depreciación		292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119	292 119
Flujo de caja acumulado		8 661 018	23 185 556	38 732 929	53 303 071	67 806 367	80 746 801	93 135 837	103 886 306	113 701 290	122 854 258	136 410 789

Fuente: Elaboración Propia (2022)

4.3.4.6 Técnicas de valuación VAN y TIR

El valor actual neto o VAN es el indicador financiero que permite determinar la viabilidad del proyecto, en este caso da como resultado ₡ 184 223 513, lo que señala que el proyecto debe ser llevado a cabo porque su resultado es mayor o igual a cero.

Tabla 24. Valor Actual Neto en colones

Cálculo del VAN	
Periodo	Flujo de Caja
	53 926 760
0	(53 926 760)
1	64 036 668
2	67 471 734
3	71 061 378
4	74 812 556
5	78 732 537
VAN	184 223 513

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 25. Tasa Interna de Retorno

Tasa interna de retorno	
TIR	121,18%

Fuente: Elaboración Propia (2022),

4.3.4.7 Periodo de recuperación (PR)

El periodo de recuperación establece el tiempo de recuperación de la inversión, el periodo de recuperación de este proyecto es de 0,99, lo que equivale casi a un año:

Tabla 26. Periodo de recuperación

Periodo de recuperación	Tiempo
Periodo de recuperación	0,99

Fuente: Elaboración Propia (2022)

4.3.4.9. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite planear diferentes resultados de un proyecto, se abordarán tres posibles escenarios: el realista, optimista y pesimista; que podrían modificar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 27. Escenario pesimista

Escenario pesimista	Monto en colones					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas						
Saldo inicial de caja			-36 954 164	-111 475 836	-261 814 046	-563 843 601
Ventas de paleta de agua		29 614 140	30 946 777	32 339 382	33 794 654	35 315 413
Venta de paleta de leche		74 256 352	77 597 888	81 089 792	84 738 833	88 552 081
Total, entrada		103 870 492	71 590 500	1 953 338	-143 280 559	-439 976 107
Egresos						
Compras		88 810 417	92 806 886	96 983 196	101 347 440	105 908 075
Contado		44 405 209	46 403 443	48 491 598	50 673 720	52 954 037
Mes 1		39 964 688	41 763 099	43 642 438	45 606 348	47 658 634
Trámites legales		625 762	0	0	0	0
Electricidad		2 640 000	2 758 800	2 882 946	3 012 679	3 148 249
Agua		2 407 200	2 515 524	2 628 723	2 747 015	2 870 631
-Depreciación		3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422
Servicio de contabilidad		360 000	376 200	393 129	410 820	429 307
Teléfono		264 000	275 880	288 295	301 268	314 825
Patente		79 200	82 764	86 488	90 380	94 447
Impuestos		132 000	137 940	144 147	150 634	157 412
Póliza INS		992 437	1 037 097	1 083 766	1 132 536	1 183 500
Salarios		27 005 100	28 220 330	29 490 244	30 817 305	32 204 084
Cargas sociales		7 156 352	7 478 387	7 814 915	8 166 586	8 534 082

Transporte		6 000 000	6 270 000	6 552 150	6 846 997	7 155 112
Deuda		8 792 708	8 792 708	8 792 708	8 792 708	8 792 708
Total, egresos		144 330 078	149 617 594	155 796 970	162 254 418	169 002 451
Flujo de caja	53 926 760	-40 459 586	-78 027 094	-153 843 632	-305 534 977	-608 978 557
Impuestos sobre la renta						
Flujo de caja neto	-53 926 760	-40 459 586	-78 027 094	- 153 843 632	-305 534 977	-608 978 557
Depreciación		3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422
Flujo de caja acumulado		-36 954 164	-111 475 836	-261 814 046	-563 843 601	-1 169 316 736

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 28. Valor Actual Neto en colones

Valor Actual Neto	Monto en colones
Costo capital	14.52 %
VAN	-738 009 162

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 29. Tasa Interna de Retorno

Tasa interna de retorno	
TIR	-80.79%

Fuente: Elaboración Propia (2022)

En el cuadro anterior se observa el escenario pesimista, en el cual se detallan las ventas a un 50% de su volumen, y manteniendo los egresos de manera realista para estresar más el pronóstico, dando como resultado flujos de efectivo negativos así como una tasa interna de retorno de -80.79% y un valor actual neto de -738,009,162.48, por lo que se puede decir que en un escenario como este no sería recomendable invertir en el proyecto.

Tabla 30. Escenario Optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas						
Saldo inicial de caja			12 112 167	34 601 266	74 817 731	146 095 810
Ventas de paleta de agua		44 421 210	46 420 165	48 509 072	50 691 981	52 973 120
Venta de paleta de leche		111 384 528	116 396 831	121 634 689	127 108 250	132 828 121
Total, entrada		155 805 738	174 929 163	204 745 027	252 617 961	331 897 051
Egresos						
Compras		88 810 417	92 806 886	96 983 196	101 347 440	105 908 075
Contado		44 405 209	46 403 443	48 491 598	50 673 720	52 954 037
Mes 1		39 964 688	41 763 099	43 642 438	45 606 348	47 658 634
Trámites legales		625 762	0	0	0	0
Electricidad		2 640 000	2 758 800	2 882 946	3 012 679	3 148 249
Agua		2 407 200	2 515 524	2 628 723	2 747 015	2 870 631
-depreciación		3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422
Servicio de contabilidad		360 000	376 200	393 129	410 820	429 307
Teléfono		264 000	275 880	288 295	301 268	314 825
Patente		79 200	82 764	86 488	90 380	94 447
Impuestos		132 000	137 940	144 147	150 634	157 412
Póliza INS		992 437	1 037 097	1 083 766	1 132 536	1 183 500
Salarios		27 005 100	28 220 330	29 490 244	30 817 305	32 204 084
Cargas sociales		7 156 352	7 478 387	7 814 915	8 166 586	8 534 082
Transporte		6 000 000	6 270 000	6 552 150	6 846 997	7 155 112
Deuda		8 792 708	8 792 708	8 792 708	8 792 708	8 792 708
Total, egresos		144 330 078	149 617 594	155 796 970	162 254 418	169 002 451
Flujo de caja	53 926 760	11 475 660	25 311 569	48 948 057	90 363 543	162 894 600
Impuestos sobre la renta		2 868 915	6 327 892	12 237 014	22 590 886	40 723 650
Flujo de caja neto	-53 926 760	8 606 745	18 983 677	36 711 043	67 772 657	122 170 950
Depreciación		3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422
Flujo de caja acumulado		12 112 167	34 601 266	74 817 731	146 095 810	271 772 182

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 31. Valor Actual Neto en colones

Valor Actual Neto	Monto en colones
Costo capital	14,52%
VAN	143 226 036

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 32. Tasa Interna de Retorno

Tasa interna de retorno	
TIR	63 82 %

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Ahora, respecto al escenario optimista, se manejaron los volúmenes de ventas al 75%, y manteniendo los egresos a modo realista, dando como resultado flujos de efectivo positivos, es decir generando utilidades y liquidez; de igual manera como se observa en los cuadros del TIR (63.82 %) y VAN (143 226 036), pronostican un escenario optimo para invertir, aun considerando que las ventas están a menos de su capacidad total.

Tabla 33. Escenario realista

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas					
Saldo inicial de caja		51 532 923	105 642 146	162 443 602	222 058 441
Ventas de paleta de agua	59 228 281	61 893 553	64 678 763	67 589 307	70 630 826
Venta de paleta de leche	148 512 704	155 195 775	162 179 585	169 477 666	177 104 161
Total, entrada	207 740 984	217 089 328	226 858 348	237 066 974	247 734 988
Egresos					
Compras	88 810 417	92 806 886	96 983 196	101 347 440	105 908 075
Contado	44 405 209	46 403 443	48 491 598	50 673 720	52 954 037

Mes 1		39 964 688	41 763 099	43 642 438	45 606 348	47 658 634
Trámites legales						
Electricidad		2 640 000	2 758 800	2 882 946	3 012 679	3 148 249
Agua		2 407 200	2 515 524	2 628 723	2 747 015	2 870 631
-depreciación		3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422
Servicio de contabilidad		360 000	376 200	393 129	410 820	429 307
Teléfono		264 000	275 880	288 295	301 268	314 825
Patente		79 200	82 764	86 488	90 380	94 447
Impuestos		132 000	137 940	144 147	150 634	157 412
Póliza INS		992 437	1 037 097	1 083 766	1 132 536	1 183 500
Salarios		27 005 100	28 220 330	29 490 244	30 817 305	32 204 084
Cargas sociales		7 156 352	7 478 387	7 814 915	8 166 586	8 534 082
Transporte		6 000 000	6 270 000	6 552 150	6 846 997	7 155 112
Deuda		8 792 708	8 792 708	8 792 708	8 792 708	8 792 708
Total, egresos		143 704 316	149 617 594	155 796 970	162 254 418	169 002 451
Flujo de caja	53 926 760	64 036 668	67 471 734	71 061 378	74 812 556	78 732 537
Impuestos sobre la renta		16 009 167	16 867 934	17 765 345	18 703 139	19 683 134
Flujo de caja neto	-53 926 760	48 027 501	50 603 801	53 296 034	56 109 417	59 049 403
Depreciación		3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422	3 505 422
Flujo de caja acumulado		51 532 923	105 642 146	162 443 602	222 058 441	284 613 265

Fuente: Elaboración propia (2022)

En el escenario realista, se presentan las ventas al 100% de su volumen, y en vista de que tanto los flujos como las herramientas del VAN (184 223 513) y TIR (121,18%) dan positivo, se considera un escenario optimo para invertir en un proyecto.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Estudio Legal

5.1.1 Conclusiones

1. Se concluye en primera instancia que, de los trámites primordiales del aspecto legal, el primero está relacionado con los permisos básicos de luz y agua ante la Coopeguanacaste R.L y el Instituto de Acueductos y Alcantarillados respectivamente, comprobando que estén disponibles para el terreno y realizando los trámites o procesos para la instalación de estos servicios.

2. En segundo lugar, es importante realizar los trámites para obtener la licencia comercial y patente; además de los permisos de funcionamiento, trámite unificado que de igual manera puede presentarse en las oficinas del Ministerio de Salud.

3. Por otra parte, es necesario tramitar en la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) la inscripción de patrono y póliza de riesgos de trabajo ante el Instituto Nacional de Seguros (INS), a fin de procurar el bienestar del recurso humano.

4. De igual manera, se deben realizar los procesos para la inscripción ante Tributación Directa para emprender sus actividades legalmente sin incurrir en sanciones, es decir, estar en regla con los impuestos obligatorios de las actividades comerciales.

5.1.2 Recomendaciones

1- Se recomienda que se realice con anticipación la consulta de que los servicios de agua y luz están disponibles para el terreno, de manera que no existan trabas ni existan inconvenientes en la instalación de estos servicios tan imprescindibles para el proceso productivo.

2- Asimismo, se recomienda que los trámites en la municipalidad se realicen de la manera más rápida posible, de forma que se pueda asegurar que a nivel municipal no se vayan a encontrar inconvenientes que puedan detener el proyecto; y lo mismo para los trámites en el Ministerio de Salud.

- 3- En relación con los trámites de la CCSS e INS, se recomienda corroborar que se cumpla con lo necesario, para el cumplimiento de los procesos requeridos en estas instituciones que aseguren debidamente los intereses de los colaboradores de la empresa.
- 4- Finalmente, se recomienda realizar la inscripción virtual en la página del Ministerio de Hacienda, como persona física y en régimen tradicional, ampliando las posibilidades de crecimiento del proyecto; además de llenar el formulario D 151 para declarar los clientes, proveedores y gastos específicos después del primer año del proyecto, para estar en orden con todo.

5.2 Estudios Técnico

5.2.1 Conclusiones

1- Se concluye que, de inicio, el proyecto tiene un tamaño adecuado, dejando la posibilidad de agrandarlo en medida que vaya ganando terreno en el mercado; se considera también que cuenta con una ubicación estratégica que le da acceso al distrito de Nicoya, y al mismo tiempo a Santa Cruz, lo que amplía las probabilidades de distribución hacia esa segunda zona.

2- En referencia al estudio administrativo se concluyó que el proyecto de la empresa cuenta con un perfil organizacional, adecuado para crear una cultura organizacional y ambiente laboral propicios para el alcance de las metas; además de que cuenta con buenas fortalezas y oportunidades para desenvolverse en el mercado.

3- Sobre la inversión inicial se concluye que los requerimientos a grandes rasgos tienen que ver con terreno, obra, maquinarias, herramientas, equipos, y vehículo, esto además de capital para los procesos productivos.

4- En relación con la ingeniería del proyecto, se concluye que la competencia principal en La señora Nidia, pero también se identifican a Helados Sensación y Charo; y que otros factores como las materias primas, proceso productivo y procesos de la

empresa son de suma relevancia y así mismo el registro de la marca y una adecuada distribución de planta.

5.2.2 Recomendaciones

1- Se recomienda primeramente mantener como meta, generar canales de distribución a la zona de Santa Cruz, en vista de que hay igual acceso a ese cantón, como lo hay hacia Nicoya, lo cual se considera que traería crecimiento a la empresa.

2- Por otra parte, se recomienda que, en relación con el estudio administrativo, se preste especial atención a las debilidades de la empresa, como lo es ser una marca que apenas va ingresando al mercado, y cuidado con las amenazas del mercado, como el decrecimiento de las ventas en invierno; la idea es crear estrategias que disminuyan el impacto de estos aspectos negativos.

3- Sobre la inversión inicial se recomienda adquirir un financiamiento con la tasa de interés más baja posible, que cubra con los costos necesarios para iniciar el proyecto.

4- Se recomienda tomar muy en cuenta a la competencia, para efectos de precios de venta en la medida que pasa el tiempo: de igual manera cuidar de la calidad de las materias primas y estandarizar los procesos productivos, tener a la vista los flujogramas de proceso productivo y de la empresa; además de mantener una distribución de planta que facilite los procesos de la empresa.

5.3 Estudio de Mercado

5.3.1 Conclusiones

1- Se concluye que el mercado meta está compuesto mayormente por personas con poder adquisitivo, sin embargo, basados en los resultados de la encuesta, el consumidor final tiene un rango de edad entre los 5 y 12 años, principalmente, representando un 37 % del mercado, y con un 28 %, personas con edades superiores a los 26 años, lo que da un 65 % del mercado meta, es decir estas son las edades en las que rondan los consumidores que generan más ventas.

2- Por otra parte, sobre las preferencias del mercado meta se concluye que las mejores horas para la venta de los helados son entre las 11 de la mañana y las 5 de la tarde; y que, además, hay una tendencia por productos a base de leche, con los sabores chocolate, fresa y coco principalmente; asimismo, hay preferencias en las redes sociales *Instagram* y *Facebook*.

3- Se concluye también que la competencia directa es la señora Nidia, en referencia a la propiedad artesanal; y sobre la competencia indirecta, es decir que no son de corte artesanal pero que se identifican en la comercialización B2B, se identifica a Helados Sensación y la empresa Charo.

4- Se puede concluir que hay una demanda potencial satisfactoria y que la capacidad instalada de Chuppy's Ice puede corresponder a la demanda esperada.

5.3.2 Recomendaciones

1- Se recomienda tomar en cuenta los rangos de edad del mercado meta en las estrategias de promoción, direccionando los esfuerzos hacia un mercado infantil, y de edad media.

2- Asimismo, se recomienda dar relevancia a las tendencias del mercado meta; en las horas con mayor probabilidad de venta, podrían realizarse promociones especiales; dar énfasis a la producción de las paletas con base de leche y especialmente a los sabores, chocolate, fresa y coco, creando también combinaciones de estos sabores o nuevas líneas derivadas; por último, utilizar los canales de publicidad de *Instagram* como canal primordial, pero sin dejar de lado *Facebook*.

3- Por último, es recomendable, que para efectos de los precios se hagan comparativas con los precios de la competencia, y que se equipare con los rangos de predisposición de pago que se reflejaron en el estudio de mercado.

4- El 10,5 % de las personas encuestadas están dispuestas a consumir paletas de yogurt, por lo que la empresa podría desarrollar productos a base de yogurt.

5.4 Estudio Financiero

5.4.1 Conclusiones

1- Se concluye que la inversión inicial total del proyecto asciende a los ¢53 926 760; y que el capital de trabajo necesario es de ¢23 884 898 para desarrollar la actividad.

2- Se puede concluir que el TIR y el VAN son positivos por lo tanto la rentabilidad es superior a la exigida después de recuperar toda la inversión.

3- Se concluye, respecto a las opciones de financiamiento que la primera opción debe ser participar en los concursos brindados por el IMAS, para un financiamiento no reembolsable, y de no ser así, optar por un financiamiento reembolsable del 80 % al 100 % de los brindados por el Banco Nacional o su banca de desarrollo respectivamente.

5.4.2 Recomendaciones

1- Se recomienda no tener dinero ocioso, para evitar el exceso de liquidez, siempre manteniendo un nivel óptimo del mismo para hacer frente a las obligaciones de corto y mediano plazo.

2- Es recomendable planificar inversiones de largo plazo con la entidad bancaria que les ofrece mejores condiciones, para mantener el dinero en movimiento mediante este tipo de inversión o cualquier otro.

3- Se recomienda aplicar en los concursos del programa del IMAS, que da apoyo a las pequeñas y medianas empresas con (financiamientos no reembolsables), y en caso de no salir favorecidos, optar por los préstamos del 100 % del Banco Nacional.

4- Se recomienda un estricto control de las cuentas por pagar, ya que los pasivos no pueden superar el efectivo disponible, esto para mantener una buena relación comercial con los proveedores financieros y la facilidad de obtener mejores créditos.

RERERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abissi, M. E. (04 de diciembre de 2016). Gusto y exigencias de los ticos impulsan al negocio de helados a crecer y diversificarse. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/gusto-y-exigencias-de-los-ticos-impulsan-al-negocio-de-helados-a-crecer-y-se-diversificarse/DFJOOAHXHJFCTN43KNARV2VEYI/story/>
- Aguilar, A. (2018). Ticos ocupan el primer lugar en consumo de helados en Centroamérica. Recuperado en 2022, de: <https://amprensa.com/2018/05/ticos-ocupan-el-primer-lugar-en-consumo-de-helados-en-centroamerica/>
- Alberdi Imas, L. (2016). La hipoteca y sus caracteres en el Código Civil y comercial de la Nación. Recuperado en 2020, de: https://www.google.com/search?rlz=1C1AVFB_enCR738CR738&sxsrf=ALeKk02geAS3gWRXVYj_e95NQOQTdDZNUw%3A1599590993984&ei=UdJXX5rJO9Go5gKfxY2wDQ&q=definicion+de+hipoteca+pdf&oq=definicion+de+hipoteca+pdf&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQAzIICAAQCBAHEB4yBAgAEB46BAgAEEedKBQggEgE
- Álvarez, A., & Sánchez, E. (2014). Formulación y evaluación de proyectos agrarios. Obtenido de <https://books.google.co.cr/books?id=MpbGDwAAQBAJ&lpg=PT59&dq=tama%C3%B1o%20del%20proyecto%20estudio%20tecnico&pg=PT59#v=onepage&q=tama%C3%B1o%20del%20proyecto%20estudio%20tecnico&f=false>
- Angus, A., & Westbrook, G. (enero de 2020). Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2020. Recuperado el Julio de 2020, de <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2020-Top-10-Global-Consumer-Trends-SP.html>
- Arce Ureña, S., Calvo Quesada, J. P., Durán Zúñiga, G., Moya Eubanks, C., & Pacheco Valverde, F. (20 de abril de 2016). Propuesta de plan de mercadeo para el lanzamiento de la nueva línea premium de helados de la empresa Industrias CHA-RO-ANG, S.A. en el canal de autoservicios de Costa Rica. Recuperado en agosto de 2020 de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/11011>

- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=263>
- Baca Urbina, G. (2016). Evaluación de proyectos. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4613>
- Cabezas Mejía, E. D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. Recuperado el 20 de junio de 2020, de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Castillo Ramírez, A. (2017). Principios de Administración. Recuperado el 2020, de <https://www.slideshare.net/casandrachahua/principios-de-admn-78103318>
- Centro de Estudios ADAMS. (2018). Marketing y plan de negocio de la microempresa. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=8017>
- Colmenares, L; et al. (2015). Control de materiales como herramienta de gestión de costos en empresas manufactureras. Recuperado en 2022 de: <https://www.redalyc.org/journal/5530/553057362004/html/>
- Consejo de Auditoría Interna General de Gobierno. (2016). CONCEPTOS GENERALES SOBRE ENFOQUE DE PROCESOS DE NEGOCIOS. Recuperado en 2022, de: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2F54.148.75.48%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F115%2FDOCUMENTO-TECNICO-88-CONCEPTOS-GENERALES-SOBRE-ENFOQUE-DE-NEGOCIOS.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&cLen=1394735>
- Contreras Meneses, B. (2015). Funciones gerenciales y administrativas necesarias en una empresa para un óptimo desempeño en el mercado. Recuperado en agosto de 2020, de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13687/ENSAYO%20D>

E%20GRADO_Bladimir%20Contreras%20M.%20Codigo_d0104004.pdf?sequence=2

- Cooperativa de Leche Dos Pinos. (2020). Nuestra historia. Recuperado el agosto de 2020, de www.cooperativadelechedospinos
- Crabbe, M., Lieberman, G., & Moriarty, S. (abril de 2020). Tendencias del consumidor 2030. Recuperado el Julio de 2020, de <https://downloads.mintel.com/private/gTGDk/files/798623/>
- Cruz García, M. A. (2019). Fuentes de información. Recuperado el 19 de junio de 2020, de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/4864/6748>
- Evans Meza, R. (2015). Carga Global de la Enfermedad: breve revisión de los aspectos más importantes. Recuperado el 19 de junio de 2020, de <https://uhsalud.com/index.php/revhispano/article/view/58/21>
- Fallas Villalobos, C. (enero de 2018). Las paletas dinamizaron el negocio de helados, pero ahora se teme la saturación. Recuperado el enero de 2020, de www-el-financiero-cr-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.el-financiero.com/negocios/las-paletas-dinamizaron-el-negocio-de-helados-pero/FNJ37K7XN5FK3ESXTCBHVFV2FY/story/?amp_js_v=a3&_gsa=1&outputType=amp-type&usqp=mq331AQFKAGwASA%3D#aoh=15995316000113&referrer
- Fischer de la Vega, L. E. (2017). Mercadotecnia. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4612>
- Galindo Segura, L. A. (2018). Variación intraespecífica de rasgos funcionales de *Cedrela odorata* sobre un gradiente climático en la Península de Nicoya, Costa Rica. Recuperado el 19 de junio de 2020, de http://201.207.189.89/bitstream/handle/11554/8762/Variacion_intraespecifica_de_rasgos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- GALLO López, g. r., & paredes perez , n. a. (2017). "Manual de procedimientos de las obligaciones tributarias de la empresa comexlan s.a.". Recuperado el 20 de junio de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24431/1/TESIS-GALLO-L%C3%93PEZ-PAREDES-P%C3%89REZ.pdf>

- García Aguilar, J., Galarza Torres, S., & Altamirano Salazar, A. (2017). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las pymes. Recuperado el 2020, de <http://cienciaunemi.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/495/387>
- García Castro, P. (2018). Proyecto de inversión y gestión del riesgo de una empresa de elaboración y comercialización de helado napolitano de crema, de crème. Recuperado el 2020, de <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/3813/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, J. (2020). Distribución en Planta. Nota Técnica. Recuperado en 2022, de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Friunet.upv.es%2Fbitstream%2Fhandle%2F10251%2F152734%2FDistribuci%25C3%25B3n%2520en%2520Planta.pdf%3Sequence%3d5Clen=1098336
- Gido, J., Clements, J., & Baker, R. (2018). Administración exitosa de proyectos. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4644>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA. Recuperado el 20 de junio de 2020, de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62081048/epistemologia_libro20200212-76792-164rbrt.pdf?1581560176=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=1592797206&Signature=K1dNpWdOihvSRSKG1Mfs hJ5L3A
- Ibarra Ponce, D. A. (2019). ESTUDIO DEL PLAN TÉCNICO DEL MODELO DE NEGOCIOS “JOBS”. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <http://200.31.31.137:8080/bitstream/ucasagrande/1861/1/Tesis2038IBAE.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). INEC-Costa Rica. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares. Recuperado el 25 de agosto de 2020, de <https://www.inec.go.cr/>

- Izar Landaeta, J. M. (2016). Gestión y evaluación de proyectos. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=1978>
- Jiménez Bello, D., & Vanegas Rojas, J. F. (2016). Plan de negocio para la comercialización de paletas. Recuperado el agosto de 2020, de <https://repositoriy.iniminuto.edu/handle/10656/4313>
- Kerin, R., & Hartley, S. (2018). Marketing. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=6261>
- Kotler, P. (2017). Fundamentos de marketing. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4393>
- Leitón, U. (29 de mayo de 2018). Ticos ocupan el 1er lugar en consumo de helados en Centroamérica. Obtenido de <https://elperiodicocr.com/ticos-ocupan-el-1er-lugar-en-consumo-de-helados-en-centroamerica/>
- Londoño Cardozo, J., & Hernández Madroño, I. (2017). La clasificación de las organizaciones: un problema de análisis conceptual. Recuperado el agosto de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/315455231_Presentacion_La_Clasificacion_de_las_organizaciones_Un_problema_de_analisis_conceptual
- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. Recuperado el 20 de junio de 2020, de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Maranto Rivera, M., & González Fernández, M. E. (febrero de 2015). Fuentes de Información. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>
- Marcó, F., Loguzzo, H. A., & Fedi, J. L. (2016). Introducción a la gestión y administración en las organizaciones. Recuperado el agosto de 2020, de: <http://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>
- Medellín, et al. (2019). Envejecimiento y atención a la dependencia en Costa Rica. Recuperado el agosto de 2020, de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://eurosocial.eu/wp->

content/uploads/2020/10/Envejecimiento_y_atenci%C3%B3n_a_la_dependencia_en_Costa_Rica.pdf

Meza Orozco, J. J. (2016). Evaluación financiera de proyectos. Recuperado el 2020, de <https://books.google.co.cr/books?id=CK9JDwAAQBAJ&lpg=PT27&dq=localización%20del%20proyecto%20estudio%20tecnico&pg=PT3#v=onepage&q=localización%20del%20proyecto%20estudio%20tecnico> &f=false

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (2020). Información general. Recuperado el 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/12499-direccion-general-de-tributacion>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2021).

Navarro Alpízar, G. (abril de 2017). Emprendedurismo y Universidad: Potencial aporte para el desarrollo local. Obtenido de <https://publicaciones.icap.ac.cr/images/PDF-CUADERNOS/Cuadernos-CA-No-20-digital.pdf>

Nicuesa, M. (2016). Cuatro tipos de empresa según su tamaño. Recuperado el julio de 2020, de <https://empresariados.com/cuatro-tipos-de-empresa-segun-su-tamano/>

Ochoa Cacy, L. L. (2019). psicomotricidad y desarrollo cognitivo en los niños/as de 5 años de la institución educativa inicial pinto talavera distrito de alto selva alegre, arequipa-2019. Recuperado el 21 de junio de 2020, de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9987>

Ordoñez Escobed, V. J. (2019). INVESTIGACIÓN DE MERCADO I. Recuperado el 19 de junio de 2020, de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5701/Victor_informe_titulo_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Prieto Herrera, J. E., & Therán Barrios, I. (2018). Administración: Teorías, autores, frases y reflexiones. Recuperado el 2020, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=DzSjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=CONCEPTO+DE+ADMINISTRACION&ots=nFn5OFbZvy&sig=qD0H_t01i7FJfls69okN7cbmPD8#v=onepage&q&f=false

Pulido Polo, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf>

- Registro Nacional República de Costa Rica. (S.f). Guías y Formularios. Recuperado en 2022, de: http://www.registracional.go.cr/propiedad_industrial/propiedad_industrial_guia_servicios_formularios.htm
- Rojas de Gracia, M. (2017). Economía de la empresa. Recuperado el agosto de 2020, de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/13602>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2012). Finanzas Corporativas. México: Mc Graw Hill. Novena edición.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2010). Fundamentos de finanzas corporativas. México DF.: Novena Edición., Editorial McGRAW – HILL INETERAMERICANA EDITORES S.A.
- Ruarte, M. S., Martinelli, M. P., & Ruarte, N. B. (2013). Producción de helados industriales. Recuperado el Julio de 2020, de <https://ria.utn.edu.ar/bitstream/handle/20.500.12272/1564/PROYECTO%20FINAL%20HELADOS%20INDUSTRIALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, A. (2019). Bonos y obligaciones. Recuperado el 2020, de <http://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1010/LEC%20FIN%200013%202019.pdf?sequence=1>
- Sapag Chain, N. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. Recuperado el 2020, de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=752>
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2016). Preparación y evaluación de proyectos. Recuperado el 2020, de https://www.academia.edu/36800147/Preparacion_y_evaluacion_de_proyectos_6ta_edicion_Sapag?auto=download
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (1964). Código de Comercio. Recuperado el Julio de 2020, de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=89980&strTipM=TC
- Sistema de Información Sobre Comercio Exterior (SICE). DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL, LEGISLACIÓN NACIONAL - COSTA RICA.

- Recuperado en 2022, de:
http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Costa/Im7978-2.asp
- Torres, O. A. (2018). Análisis de Proyecto de Inversión de Forno Food Alimentos Deshidratados, de la Ciudad de Formosa, para el Año 2018. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/17206/TORRES%20OLGA%20ANALIA.pdf?sequence=1>
- Troncoso Pantoja, C., & Amaya Placencia, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. Recuperado el junio 21 de 2020, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>
- Valenzuela Cuevas, A. (2018). Evaluación financiera de los Proyectos de inversión, su importancia y conceptos clave. Recuperado el febrero de 2020, de https://www.academia.edu/37444191/Evaluaci%C3%B3n_Financiera_de_los_Proyectos_de_Inversi%C3%B3n_su_importancia_y_conceptos_clave
- Vallejos Orbe, H. M., & Chiliquinga Jaramillo, M. P. (2014). Costos. Recuperado el 2020, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7077/1/LIBRO%20Costos.pdf>
- Vélez Montalvo, V. (2020). Las organizaciones sin fines de lucro como espacios para el desarrollo del empowerment individual, colectivo y políticas públicas. Recuperado en agosto de 2020, de https://repositorio.upr.edu/bitstream/handle/11721/2103/UPRRP_PSIC_Ve%cc%81lezMontalvo_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zorzi, M. (2019). Producción artesanal: características, proceso, técnicas, ejemplos. Recuperado en 2022, de: <https://www.lifeder.com/produccion-artesanal/>

ANEXOS

Resultados de la encuesta relacionada con el consumo de paletas heladas en la zona de Nicoya, a una muestra de 372 personas.

Anexo 1

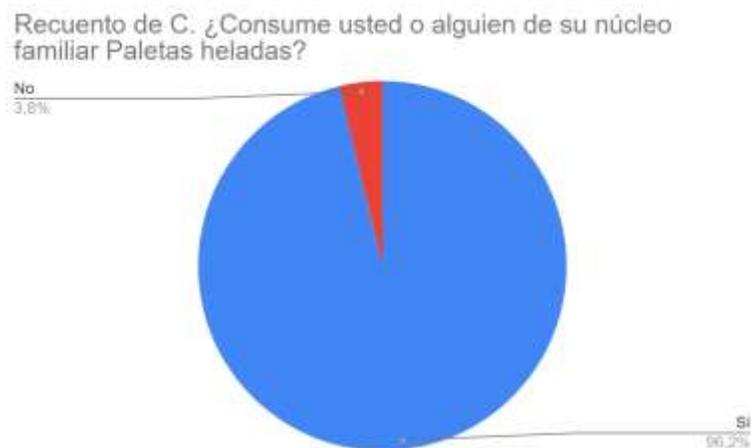
Rangos de edad de los encuestados



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 2

Consumo de paletas heladas en los núcleos familiares de los encuestados

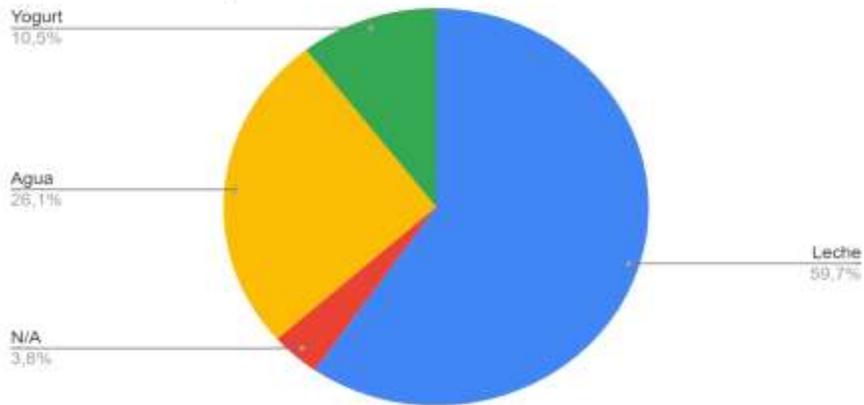


Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 3

Preferencia de consumo con relación a las bases del helado.

Recuento de 1. ¿Cuál es la base de su preferencia cuando consume usted paletas? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

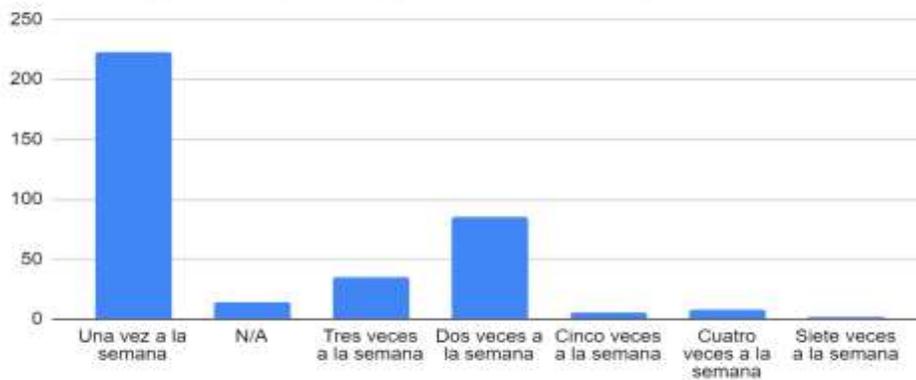


Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 4

Frecuencia de consumo de paletas por parte de los encuestados.

Recuento de 2. ¿Con qué frecuencia consume usted una Paleta? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN



Recuento de 2. ¿Con qué frecuencia consume usted una Paleta? ELIJA SOLAMENTE UNA OPC...

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 5

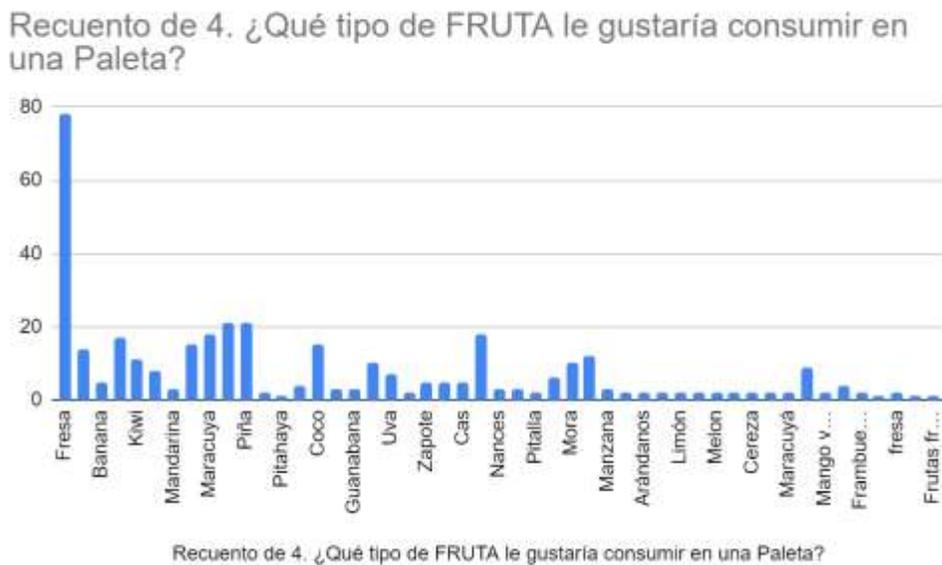
Favoritismo de sabor en paletas heladas



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 6

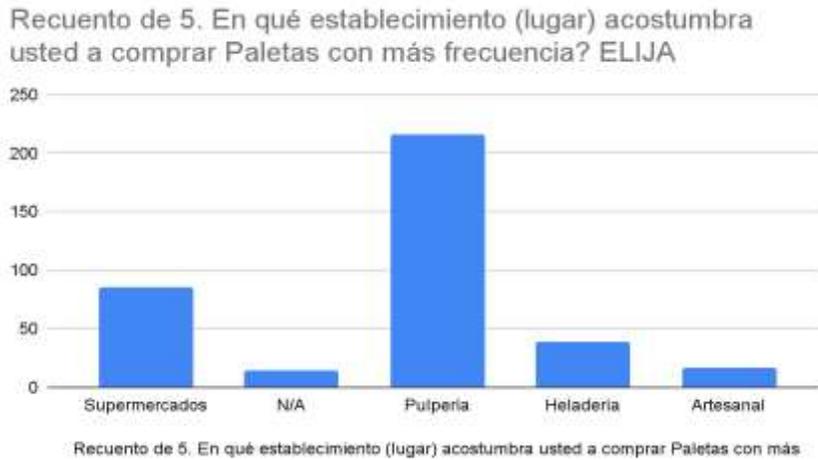
Preferencias de consumo de frutas en paletas heladas.



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 7

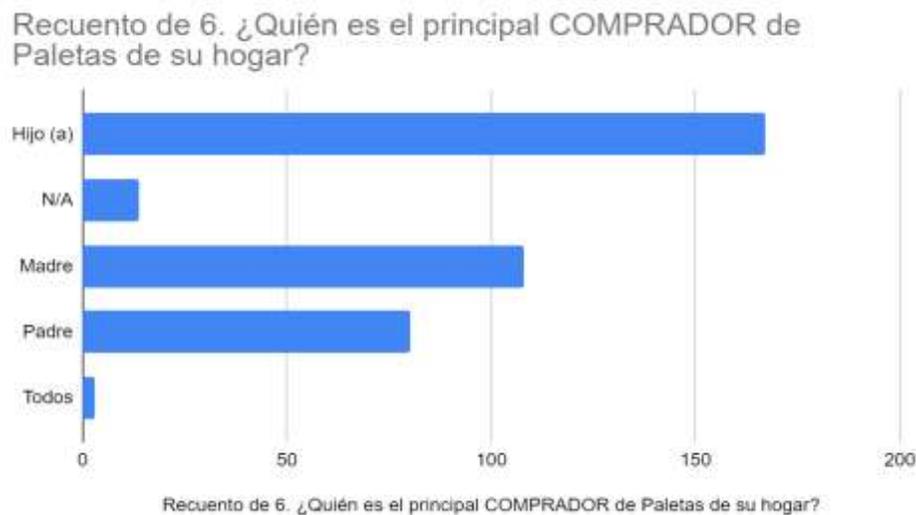
Preferencia de lugar de compra de paletas heladas.



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 8

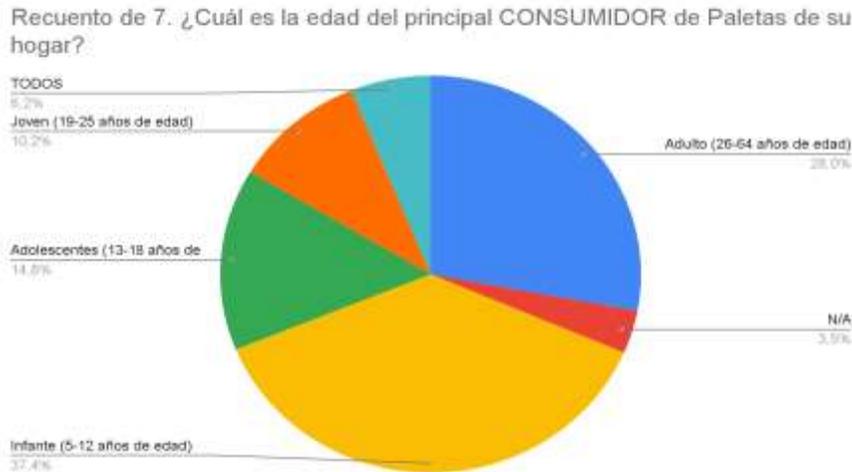
Principal comprador de paletas en el hogar de los encuestados.



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 9

Edad del principal consumidor de paletas heladas en el hogar de los encuestados.



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 10

Razones que influyen en la compra de paletas heladas en los encuestados.



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 11

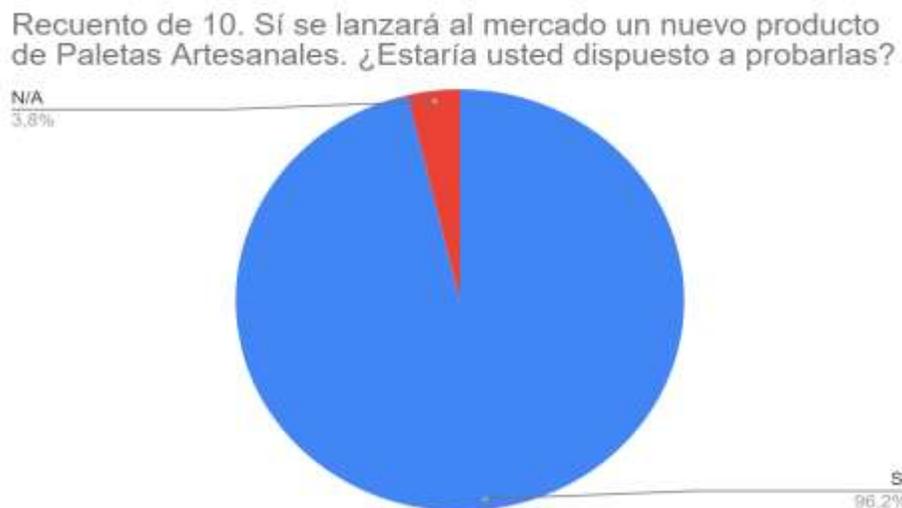
Marcas de paleta preferidas entre los encuestados



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 12

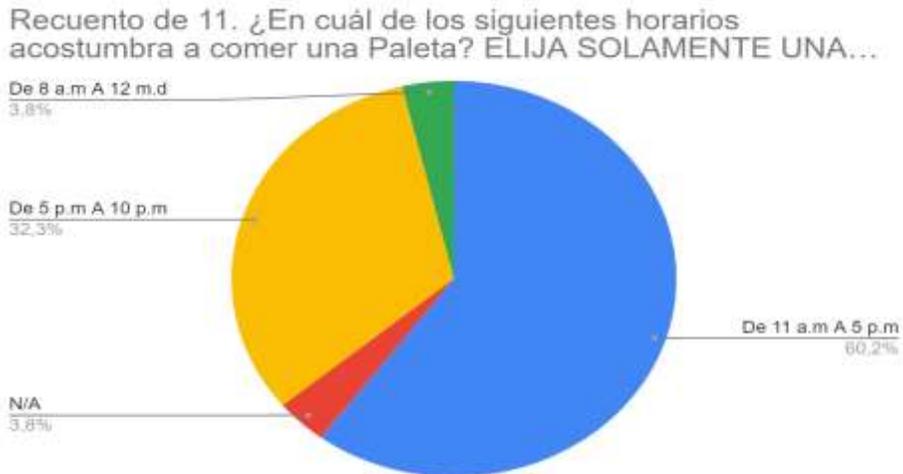
Disposición de compra de un nuevo producto de paletas artesanales por parte de los encuestados.



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 13

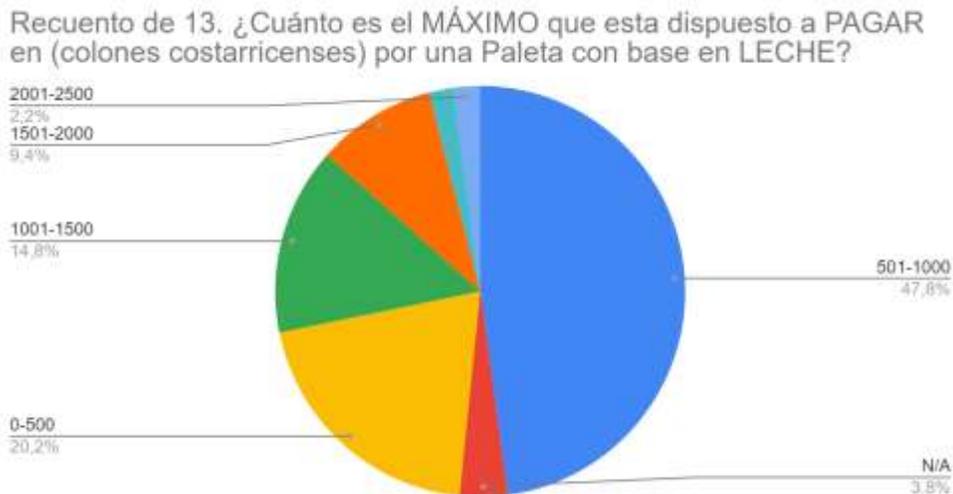
Horarios de consumo de paletas entre los encuestados



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 14

Precio máximo por pagar por las paletas heladas a base de leche.

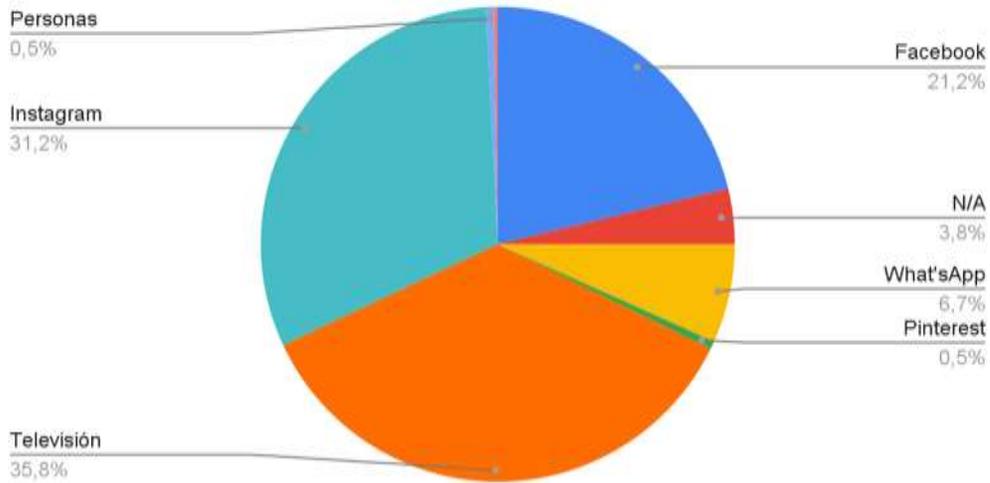


Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 15

Medios de comunicación en los que los encuestados han escuchado, leído, o visto en algún medio de comunicación publicidad sobre paletas heladas.

Recuento de 14. ¿En cuál medio de comunicación recuerda haber leído, oído o visto PUBLICIDAD sobre Paletas? ELIJA



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Anexo 16

Instrumento #1 Aspecto Legal

Entrevista telefónica

Introducción: Somos estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya. La presente entrevista, tiene como finalidad la recolección de información, para un proyecto sometido a consideración para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera denominado Proyecto para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022. Todos los datos proporcionados son totalmente confidenciales, y será utilizada únicamente para cumplir con los objetivos de la investigación.

Nombre de la Institución:

_____.

Nombre del funcionario:		Teléfono:
Puesto:	Correo electrónico:	
1. ¿Cuál es el nombre del o los permisos que requiere la apertura de una empresa en su institución?		
2. ¿Cuál es la finalidad de dicho permiso?		
3. ¿Cuál es el costo unitario que requiere?		
4. ¿Cuál es la duración estimada?		
5. ¿Cuáles son los requisitos que debo presentar adicionales?		
6. ¿El trámite se realiza de forma presencial o por algún otro medio?		

¡Muchas Gracias, por su tiempo!

Anexo 17

Entrevistas telefónicas Servicios Públicos

Introducción: Somos estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya. La presente entrevista, tiene como finalidad la recolección de información, para un proyecto sometido a consideración para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera denominado Proyecto para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022. Todos los datos proporcionados son totalmente confidenciales, y serán utilizados únicamente para cumplir con los objetivos de la investigación.

Nombre Entidad: AYA / COOPEGUANACASTE/ ICE	
Nombre funcionario:	Teléfono:
Correo:	Puesto:
Consulta o Solicitud: ¿Cuál es el proceso para seguir y la disponibilidad para la instalación del servicio de agua / Electricidad / Internet en la zona _____ dirección _____?	
Información Obtenida:	

Anexo 18

Instrumento #3 Aspecto Técnico

Entrevista Ingeniero Industrial

Introducción: Somos estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotege, Campus Nicoya. La presente entrevista, tiene como finalidad la recolección de información, para un proyecto sometido a consideración para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera denominado Proyecto para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022. Todos los datos proporcionados son totalmente confidenciales, y será utilizada únicamente para cumplir con los objetivos de la investigación.

Nombre del funcionario:	Teléfono:
Correo Electrónico:	Institución en la que labora:
1. ¿Cuáles son los costos generales para tomar en cuenta, en los que se debe incurrir para la construcción de un pequeño edificio industrial de unos 50 metros cuadrados?	
2. ¿Cuáles son los principales requerimientos para tomar en cuenta para la construcción de un pequeño edificio industrial de unos 50 metros cuadrados para una paletería industrial?	
3. ¿Cuáles son los costos para el estudio y diseño de estrategias para optimizar y lograr maximizar el rendimiento productivo?	

4. ¿Cuáles son los costos de una evaluación de la huella de carbono para el control y optimización de los sistemas productivos

¡Muchas Gracias, por su tiempo!

Anexo 19

Instrumento #3 Aspecto Técnico

Cotización
#

CHUPY'S ICE

NIT		Empresa Consultada	Contacto	Fecha	Ciudad	
Teléfono		Dirección	Correo	Descuento (%)	Tipo Pago	
Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Garantía	Val. Unitar.	Val. Total
Equipo						
1		Congelador Industrial				
2		Batidora				

		Industrial				
3		Pasteurizadora				
4		Cámara Refrigeración				
5		Licuada Industrial				
6						
Menaje						
1		Moldes para paletas				
2		Cuchillos				
3		Tabla para Picar				
4		Juegos de medidas				
5		Juego de Cucharas				
6		Recipientes				
Mobiliario						
1		Mesa Metálica				
2		Sillas				
3		Vitrina				

4		Alacena				
5		Mesa Redonda				
6						
Espacio para detalles importantes para la cotización...					Gran Total	
					Descuento	
					Sub. Total	
					IVA (%13)	
					Valor Total	

Anexo 20

Instrumento #4 Aspectos de Mercado

Cuestionario

Introducción: Somos estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya. El presente cuestionario, tiene como finalidad la recolección de información, para un proyecto sometido a consideración para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera denominado Proyecto para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas artesanales en el distrito de Nicoya, en el periodo 2020-2022. Todos los datos proporcionados son totalmente confidenciales, y serán utilizados únicamente para cumplir con los objetivos de la investigación.

Información General.

a. Nombre del Barrio: _____ b. Edad: _____

c. ¿Consume usted o alguien de su núcleo familiar Paletas Heladas?

Sí () No ()

Preguntas:

1. ¿Cuál es la base de su preferencia cuando consume usted paletas? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

() Agua

() Leche

() Yogurt

() Otra...

2. ¿Con qué frecuencia consume usted una Paleta? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

	Una vez a la semana		Cinco veces a la semana
	Dos veces a la semana		Seis veces a la semana
	Tres veces a la semana		Siete veces a la semana
	Cuatro veces a la semana		

3. ¿Cuál es el SABOR de su Paleta favorita?

4. ¿Qué tipo de FRUTA le gustaría consumir en una Paleta?

5. En qué establecimiento (lugar) acostumbra usted a comprar Paletas con más frecuencia? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

Supermercado Pulperías Heladería Otro

6. ¿Quién es el principal COMPRADOR de Paletas de su hogar?

Madre Padre Hijo (a) Otro

7. ¿Cuál es la edad del principal CONSUMIDOR de Paletas de su hogar?

Infante (5- 12 años de edad) Joven (19-25 años de edad)

Adolescentes (13-18 años de edad) Adulto (26-64 años de edad)

Otro

8. ¿Cuál es la razón que influye a la hora de comprar una paleta? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

- Precio Marca Sabor Empaque Producto Nacional
- Publicidad Presentación Buena atención del punto de venta
- Cercanía del punto de venta Recomendación

9. ¿Cuál de las siguientes MARCAS de Paleta es su preferida? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

- Dos Pinos ChaRo Sabor POPS ESKIMO
- Monteverde Sarita Sensación

Otra: _____

10. Sí se lanzará al mercado un nuevo producto de Paletas Artesanales. ¿Estaría usted dispuesto a probarlas?

- Sí () No ()

11. ¿En cuál de los siguientes horarios acostumbra a comer una Paleta? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

- De 8 a.m A 12 m.d
- De 11 a.m A 5 p.m
- De 5 p.m A 10 p.m

12. ¿Cuánto es el MÁXIMO que está dispuesto a PAGAR en (colones costarricenses) por una Paleta con base en AGUA?

13. ¿Cuánto es el MÁXIMO que esta dispuesto a PAGAR en (colones costarricenses) por una Paleta con base en LECHE?

14. ¿En cuál medio de comunicación recuerda haber leído, oído o visto PUBLICIDAD sobre Paletas? ELIJA SOLAMENTE UNA OPCIÓN

- () *WhatsApp* () Instagram () Facebook () Empaque () Pinterest
 () Televisión () Revista () Periódico () Otro

¡Muchas Gracias, por su tiempo!

Anexo 21

Cotización Construcción

	CR Arquitectura Diseño Construcción	CR DE HOJANCHA ARQUITECTURA DISEÑO CONSTRUCCION RODRIGUEZ ARAYA S.A.	Proforma Número: 0235 Fecha: 15-08-2022 Vencimiento: 15-09-2022	
	Cédula Jurídica: 3-101-787793 Dirección: 50 mts al sur de la Oficina de Correos de CR, Hojancha, Hojancha, Guanacaste	Teléfono: 85765461 Email: crodriguez_197@hotmail.com Sitio Web:		
	Cliente: SHIO YING BALTODANO ZUÑIGA	Información financiera Condición de Venta: Contado Código de Moneda: CRC Tipo de Cambio: BCCR Medio de pago: Transferencia		
	Número de identificación: 6-0405-0840 Dirección: Nicoya, Gte. Teléfono: E-mail:			

No	COD	PRODUCTO	CANT	UNI	PRECIO	DESCUENTO	IMPUESTO	TOTAL DE LINEA
1	Serv-001	ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN	1.00	SPC	CRC	CRC 0.00	CRC 2.860,000	CRC 22.000.000,00

Comentario: CONSTRUCCION DE NAVE COMERCIAL ESTRUCTURA DE COLUMNAS Y VIGAS EN PERFIL METALICO, PISO CHORREADO Y ENCHAPADO 1 OFICINA 2 BAÑOS PLANTA ELECTRICA PLANTA DE PRODUCCION AREA COMUN MANO DE OBRA Y MATERIALES	Monto Total: CRC 22.000.000,00 Descuento: - CRC 0,00 Subtotal: CRC 22.000.000,00 Total IVA: + CRC 0,00 Otros Impuestos: + CRC 0,00 Total: CRC 24.860,000,00
--	--

Recibo conforme

Nombre: _____ Fecha: ____/____/____ Firma: _____

Fecha y Hora de Emisión 15-08-2022 15:45:00
 Versión: 4.3
 Generada por: www.facturaprofesional.com