

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL CHOROTEGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

Tema de investigación

**Estudio de viabilidad económico financiero para el establecimiento de una planta
productora de Huevos de codorniz en el barrio La Arena de Liberia.**

**MEMORIA DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL
GRADO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN
GESTIÓN FINANCIERA**

Integrantes:

Bermúdez Mayorga Irene, 5 0427 0723

Calvo Navarrete José Gerardo, 1 1714 0240

González Álvarez Estefani, 5 0423 0210

Guerrero Fernández Lester, 5 0428 0709

Leal Lara Ryan, 1 1728 0739

Campus Liberia

Guanacaste, Costa Rica

Agosto, 2023

Dedicatoria

Agradezco a Dios, primeramente, ya que, sin él, esto hubiera sido posible, por haberme otorgado una familia que siempre ha creído en mí, dándome ejemplo de superación y sacrificio, a ellos dedico este trabajo, en especial, a mi madre Rafaela, por estar cada momento a mi lado. brindándome esas palabras de aliento, a mis compañeros de trabajo y aquellas personas que, de una u otra manera, han contribuido para el logro de esta meta.

Irene

Primero a Dios y a mi familia, en especial, a mi madre, a mi padre y a mi hermana Yulissa, por haberme acompañado en todo este proceso. También, al equipo de trabajo por todo el esfuerzo realizado para lograr culminar esta meta tan importante.

Gerardo

Primero que todo le quiero agradecer a Dios por toda la sabiduría y paciencia que me brindó y, especialmente, a mis padres, que fueron mi apoyo incondicional, en momentos cuando sentía que no podía, ellos estuvieron ahí, apoyándome. También, quiero agradecer a nuestro tutor por su dedicación en todo este tiempo y la paciencia que nos brindó y, por último, a esas personas cercanas que, desde que inicié, me estuvieron apoyando en todo este proceso.

Estefani

Deseo agradecer y dedicar este trabajo, especialmente a mi Dios Jehová, por su constante guía y protección, y a mis padres y hermano, por el apoyo incondicional. A mi tutor, que fue paciente y siempre estuvo presente. También quiero agradecer a personas que son sumamente especiales en mi vida, quienes siempre estuvieron dispuestos a animarme y apoyarme durante los momentos difíciles. Y, finalmente, mi agradecimiento a las personas que ya no están con nosotros, pero su recuerdo y legado siguen inspirándome. Todos y cada uno contribuyeron a esforzarme y concluir con éxito. ¡Gracias por todo!

Lester

Quiero agradecerle a Dios, ya que sin él no hubiera podido realizar todo este proceso, y a mis padres, quienes desde que inicié este proceso, han sido mi apoyo incondicional, a mis abuelos también, quienes me han apoyado en todo esto. Asimismo, a esas personas especiales que, en todo este tiempo, han estado conmigo, apoyándome.

Ryan

Agradecimiento

A nuestro tutor, Dr. Fernando Gutiérrez Coto, quien fue testigo del esfuerzo y constancia de cada uno de nosotros. Así como por su dedicación con nuestro grupo de tesis.

A nuestras familias, por brindarnos apoyo incondicional y motivación, día tras día, en este proceso, porque, con el ejemplo del compromiso, nos enseñaron a afrontar los obstáculos de la vida, lo cual nos permitió superarlos durante la preparación de la tesis, por lo cual hoy podemos cosechar el fruto de nuestro esfuerzo

Asimismo, a nuestros lectores de tesis a MGCI. Manuel Mejicano Ortiz y a MSc. Héctor Canossa Montes de Oca y a nuestra Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Liberia.

Tribunal Examinador

MSc. Medardo Moscoso Vidal

Representante del Decano

MAP. Jorge Loáiciga Gutiérrez

Representante de Dirección Académica

Dr. Fernando Gutiérrez Coto

Tutor

MSc. Manuel Mejicano Ortiz

Lector

MSc. Héctor Canossa Montes de Oca

Lector

Índice de contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Tribunal Examinador.....	iv
Lista de siglas y abreviaturas.....	xii
Resumen Ejecutivo.....	xiv
Introducción.....	xx
Capítulo I.....	1
Caracterización del problema.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Interrogante de la Investigación.....	4
1.3 Justificación de la investigación.....	5
1.4 Delimitación temporal, espacial e institucional.....	7
1.5 Marco Contextual.....	7
1.5.1 Actividades de la región.....	7
1.5.2 Generalidades de la empresa.....	9
1.5.3 Localización.....	10
1.5.3.1 Mapa.....	11
1.5.3.2 Mapa del cantón de Liberia.....	11
1.6 Objetivos de la Investigación.....	12
1.6.1 Objetivo general.....	12
1.6.2 Objetivos específicos.....	12
Capítulo II.....	13
Marco Metodológico.....	13
2.1 Cuadro de operacionalización.....	14
2.2 Estrategia de investigación aplicada.....	20
2.2.1 Tipo de investigación.....	20
2.2.2 Enfoque de la investigación.....	21
2.3 Fuentes de información.....	21
2.3.1 Fuentes primarias.....	22
2.3.2 Fuentes secundarias.....	22
2.4 Población y muestra.....	23
2.4.1 Población.....	23
2.4.2 Muestra.....	23
2.5 Recopilación de la información.....	23
2.5.1 Instrumentos y Técnicas para la recolección de datos.....	23
2.6 Análisis e interpretación de la información.....	25
2.7 Alcances y limitaciones.....	25
2.7.1 Alcances.....	25

2.7.2 Limitaciones	26
Capítulo III	28
Fundamentación Teórica	28
3.1 Estado de la cuestión	29
3.2 Marco Teórico	32
3.2.1 Estudio legal	32
3.2.3 Estudio de Mercado	33
3.2.4 Estudio Organizacional	33
3.2.4.1 Estructura administrativa	34
3.2.5 Estudio técnico.....	34
3.2.6 Estudio financiero.....	35
3.3.1 Variables sobre la temática	36
3.3.1.1 Oferta	36
3.3.1.3 Recursos	37
3.3.1.4 Producción	38
3.3.1.6 Rentabilidad.....	39
3.3.1.7 Inversión.....	40
3.3.1.8 Emprendimiento	40
3.3.1.9 Incubación	41
3.3.1.9.1 Incubación Artificial	41
3.3.1.9.2 Incubación Natural	41
3.3.1.10 Producción pecuaria	42
3.3.1.11 Codorniz (Coturnix Coturnix)	43
3.3.1.11.2 Coturnix coturnix japonica	43
3.3.1.12 Mercado	44
Capítulo IV.....	45
Presentación y análisis de resultados	45
4.1 Estudio de mercado.....	46
4.1.1 Análisis de las 4 P.....	46
4.1.1 Producto	46
4.1.2 Precio.....	47
4.1.3 Promoción.....	49
4.1.4 Punto de venta.....	50
4.1.5 Oferta.....	50
4.1.6 Demanda	51
4.1.7 Perfil del consumidor.....	52
4.1.8 Comercialización.....	55
4.2 Estudio técnico	58
4.2.1 Localización	58

4.2.1.1 Macro localización	58
4.2.2 Distribución de la infraestructura	61
4.2.3 Etapas del proceso productivo	62
4.2.4 Activos necesarios para el proceso productivo.....	65
4.2.5 Costos Hundidos necesarios para el proceso	66
4.2.6 Balance materia prima	67
4.2.7 Insumos necesarios para el proceso	67
4.2.9 Datos necesarios para la estructura	69
4.3 Estudio organizacional.....	70
4.3.1 Organigrama	70
4.3.2 Perfil de los puestos de la organización	71
4.3.3 Diagnóstico de la situación actual de la empresa.....	73
4.3.3.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	73
4.3.3.1.1 Amenaza de Nuevos Competidores	73
4.3.3.1.2 Poder de Negociación de Proveedores	74
4.3.3.1.4 Rivalidad Entre Competidores Existentes.....	75
4.3.3.1.5 Amenaza de Productos Sustitutos.....	75
4.3.3.2 Análisis FODA	76
4.3.3.3 Objetivos estratégicos Microempresa Huevos de Codorniz La Arena.....	78
4.4 Estudio legal	81
4.4.1 Ministerio de Salud.....	81
4.4.1.1 Permiso de funcionamiento sanitario	81
4.4.1.2 Carné de manipulación de alimentos	82
4.4.2 Municipalidad de Liberia.....	83
4.4.2.1 Certificado de zona (uso de suelo)	83
4.4.2.2 Patente comercial	84
4.4.3 Ministerio de hacienda	85
4.4.3.1 Registro de contribuyente tributario	85
4.4.4 Ministerio Economía, Industria y Comercio (MEIC)	85
4.4.4.1 Registro PYME	85
4.4.4.2 Etiquetado del producto	86
4.4.5 Registro Nacional.....	86
4.4.5.1 Registro de Marca	86
4.4.6 Instituto Nacional de Seguros.....	87
4.4.6.1 Póliza de riesgos de trabajo.....	87
4.4.7 Caja Costarricense de seguro social	87
4.4.8. Inscripción como patrono físico	88
4.5. Estudio ambiental	89
4.5.1 Ministerio de ambiente y energía de Costa Rica (MINAE).....	89

4.5.2 Ministerio de agricultura y ganadería (MAG)	89
4.5.2.1. Registro de Pequeños y Medianos Productores Agropecuarios PYMPA	90
4.5.2.1.1 Parámetros para definir a un pequeño o mediano productor	90
4.5.2.1.2 Procedimiento para registrar una PYMPA	92
4.5.2.1.3 Beneficios de acreditarse como productor PYMPA	93
4.6 Estudio financiero	95
4.6.1 Supuestos	95
4.6.2 Inversión	96
4.6.3 Costos de producción, costo de ventas	99
4.6.4 Costo de planilla	100
4.6.5 Ventas proyectadas	100
4.6.6 Punto de equilibrio	101
4.6.7 Gastos	103
4.6.7.1 Gastos legales	103
4.6.7.2 Gastos de insumos de empaquetado	104
4.6.7.3 Gastos Operativos	105
4.6.8 Flujo de caja mensual sin financiamiento	108
4.6.9 Flujo de caja anual con financiamiento	110
4.6.9 Flujo de efectivo de inversionista	111
4.6.9.1 Flujo de efectivo mensual con financiamiento	111
4.6.9.2 Flujo de efectivo anual con financiamiento	113
4.5.10 Flujo de caja de la deuda	114
4.6.11 Estado de Resultado	115
4.6.12 Balance de situación financiera	116
4.6.13 Capital de trabajo	117
4.6.14 Valor de desecho	118
4.6.15 Fuentes de Financiamiento	119
4.6.16 Amortización Anual de la deuda	120
4.6.17 Costo Capital (CAMP)	121
4.6.18 Indicadores de evaluación	124
4.6.18.1 Valor actual neto (VAN)	124
4.6.18.2 Tasa interna de retorno (TIR)	126
4.6.18.3 Índice de deseabilidad (ID)	126
4.6.19 Análisis de sensibilización	127
Conclusiones	129
Recomendaciones	131
Referencias bibliográficas	132
Anexos	139

Índice de Tabla

Tabla 1 Delimitación temporal, espacial e institucional.....	7
Tabla 2 Análisis de variable del objetivo uno.....	14
Tabla 3 Análisis de variable del objetivo dos.....	16
Tabla 4 Análisis de variable del objetivo tres.....	17
Tabla 5 Análisis de variable del objetivo cuatro.....	18
Tabla 6 Análisis de variable del objetivo cinco.....	19
Tabla 7 Activos necesarios para el proceso.....	66
Tabla 8 Costos hundidos para el proceso.....	67
Tabla 9 Balance materia prima.....	67
Tabla 10 Insumos para el proceso.....	68
Tabla 11 Datos para la estructura.....	69
Tabla 12 Análisis FODA.....	77
Tabla 13 Inversión en Obra física.....	97
Tabla 14 Inversión de activos.....	97
Tabla 15 Inversión de insumos de producción.....	98
Tabla 16 Costo de Producción.....	99
Tabla 17 Costo planilla.....	100
Tabla 18 Ventas proyectadas.....	101
Tabla 19 Participación relativa para el producto.....	102
Tabla 20 Punto de equilibrio.....	102
Tabla 21 Punto de equilibrio en unidades.....	103
Tabla 22 Punto de equilibrio en dólares.....	103
Tabla 23 Gastos legales.....	104
Tabla 24 Insumos de empaquetado.....	104
Tabla 25 Gastos operativos.....	105
Tabla 26 Gastos operativos mensuales.....	106
Tabla 27 Gastos operativos anuales.....	107
Tabla 28 Flujo de caja mensual.....	108
Tabla 29 Flujo de caja anual.....	110
Tabla 30 Flujo de efectivo mensual.....	112
Tabla 31 Flujo del efectivo anual.....	113
Tabla 32 Flujo de caja de la deuda.....	114
Tabla 33 Estado de resultado.....	115
Tabla 34 Balance general.....	116
Tabla 35 Capital de trabajo.....	117
Tabla 36 Valor de desecho.....	118
Tabla 37 Distribución de las fuentes de financiamiento.....	119
Tabla 38 Tasa de interés y plazo del préstamo.....	120

Tabla 39 Amortización de la deuda	120
Tabla 40 Beta de la industria.....	122
Tabla 41 Riesgo país	123
Tabla 42 Costo capital.....	123
Tabla 43 Van Básico	124
Tabla 44 Van de la Deuda.....	125
Tabla 45 VAN del Inversionista	125
Tabla 46 TIR	126
Tabla 47 Índice de deseabilidad	127
Tabla 48 Análisis de sensibilidad	128

Índice de figura

Figura Ubicación geográfica del distrito de Liberia, Guanacaste	8
Figura 2 Densidad de la población	8
Figura 3 Mapa.....	11
Figura 4 Mapa Google.....	11
Figura 5 La venta de huevos de codorniz o gallina en el establecimiento	47
Figura 6 Disposición de los comercios a vender los huevos de codorniz a un precio de ¢250 la unidad.....	48
Figura 7 Forma de pago utilizada por los comercios, para cumplir con las obligaciones con sus proveedores.....	49
Figura 8 Frecuencia de compra de los clientes finales de huevos de codorniz y gallina.....	51
Figura 9 Compra del mercado extranjero	52
Figura 10 Puesto que desempeñan las personas entrevistadas de cada comercio.....	53
Figura 11 Características principales preferidas por los comercios al momento de adquirir huevos de codorniz y/o gallina	53
Figura 12 Opinión de los comercios en cuanto a la preferencia de los clientes finales en el momento de comprar huevos de codorniz	54
Figura 13 Opiniones de los comercios sobre el mercado local en el momento de comprar o no los huevos de codorniz.....	55
.....	55
Figura 14 Preferencia de los clientes finales, en cuanto a la presentación del producto al momento de adquirirlo en los comercios entrevistados.....	56
Figura 15 Los huevos de codorniz no son comprados solo por el mercado extranjero.....	56
Figura 16 Macro localización.....	59
Figura 17 Distribución de la planta de producción de la empresa.....	61
Figura 18 Flujograma de procesos	63
Figura 19 Organigrama de la empresa.....	70
Figura 20 Certificado de Uso de Suelo.....	84
Figura 21 Parámetros de tamaño de finca.....	90

Figura 22 Formulario para la declaración jurada del sector agropecuario.....	92
Figura 23 Tasa libre de riesgo.....	122

Lista de siglas y abreviaturas

ARESEP:	Autoridad Reguladora de Servicios
ASADA:	Asociaciones Administradoras de los Sistemas de Acueductos y Alcantarillados comunales
AYA:	Acueductos y alcantarillados
BCCR:	Banco Central de Costa Rica
CAPM:	Modelo de Valoración de Activos Financieros
CCSS:	Caja Costarricense de Seguro Social
CPPC:	Costo promedio ponderado de capital
INA:	Instituto Nacional de Aprendizaje
INDER:	Instituto de Desarrollo Rural
EIA:	Evaluación de impacto ambiental
INEC:	Instituto Nacional de Estadística y Censos
INS:	Instituto Nacional de Seguros
IVA:	Impuesto de valor agregado
Kg:	kilogramo
M ² :	metros cuadrados
MAG:	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MEIC:	Ministerio de Economía, Industria y Comercio
MINAE:	Ministerio de Ambiente y Energía
MIDEPLAN:	Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica
MIPYMES:	Micro, pequeña y mediana empresa
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
PR:	Periodo de recuperación
PSF:	Permiso sanitario de funcionamiento
PYME:	Pequeña y mediana empresa

RECOPE:	Refinadora Costarricense de Petróleo
SENASA:	Servicio Nacional de Salud Animal
SETENA:	Secretaría Técnica Nacional Ambiental
SICA:	Sistema de Integración Centroamericana
SUGESE:	Superintendencia General de Seguros
TBP:	Tasa básica pasiva
TIR:	Tasa interna de retorno
VAN ajustado:	Valor actual ajustado
VAN:	Valor actual neto

Resumen Ejecutivo

En este documento se presenta un estudio económico financiero para la construcción y comercialización de una planta de producción de huevos de codorniz en el distrito de Liberia, Guanacaste. El objetivo principal es brindar información con detalle y analizar el contexto donde se desarrolla la idea de negocio, para así reducir o mitigar incertidumbres, miedos y riesgos.

Se presentan cinco capítulos.

El capítulo uno Plantea el problema que se desea resolver, encontramos la justificación e interrogante.

Además, se describen las características generales de la empresa, como su ubicación geográfica, las actividades económicas de la región, el tamaño de la población y otros aspectos relevantes

El capítulo dos detalla la metodología utilizada para la consecución de los objetivos específicos. Se identifican las fuentes de información primarias y secundarias que fueron utilizadas, las técnicas de recolección de datos, como entrevistas.

El capítulo tres desarrolla la Fundamentación teórica

Se analiza con detalle el estado de la cuestión relacionado con el tema de la planta de producción de huevos de codorniz, se desarrolla un marco teórico y conceptual. Se destacan las variables relevantes y se utilizan fuentes secundarias de otros autores para respaldar la teoría.

En el capítulo cuatro encontramos seis estudios que son fundamentales para completar con éxito la idea de negocio, a saber, el Estudio legal, ambiental, de mercado, organizacional, técnico y financiero.

En este capítulo se llevará a cabo un estudio profundo en diversas áreas. Se realizará un análisis legal para identificar los requisitos y regulaciones aplicables. Se

analizará el impacto ambiental que produciría el emprendimiento y se tomarán en cuenta las consideraciones relacionadas con el mercado, la organización, los aspectos técnicos y la viabilidad financiera. Estos análisis resultan fundamentales para determinar si la planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia, Guanacaste es viable y generaría utilidad y entonces continuar con el proyecto.

La finalidad de este estudio económico financiero es contar con información y analizar el contexto, para tomar decisiones y reducir la incertidumbre y los riesgos que se asocian a la implementación de la planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en el distrito de Liberia, Guanacaste.

Executive summary

This document presents an economic and financial study for the construction and commercialization of a quail egg production plant in the district of Liberia, Guanacaste. The main objective is to provide detailed information and analyze the context in which the business idea is developed, in order to reduce or mitigate uncertainties, fears and risks.

Five chapters are presented.

Chapter one presents the problem to be solved, we find the justification and question. In addition, the general characteristics of the company are described, such as its geographic location, the economic activities of the region, the size of the population and other relevant aspects.

Chapter two details the methodology used to use to achieve the specific objectives. It identifies the primary and secondary sources of information that were used, the data collection techniques, such as interviews.

Chapter three develops the theoretical foundation. The state of the art related to the topic of the quail egg production plant is analyzed in detail, and a theoretical and conceptual framework is developed. Relevant variables are highlighted and secondary sources from other authors are used to support the theory.

In chapter four we find six studies that are fundamental to successfully complete the business idea, namely the legal, environmental, market, organizational, technical and financial studies.

In this chapter an in-depth study will be conducted in several areas. A legal analysis will be carried out to identify the applicable requirements and regulations. The environmental impact of the venture will be analyzed and considerations related to the market, organization, technical aspects and financial viability will be taken into account. These analyses are essential to determine whether the quail egg production and marketing plant in Liberia,

Guanacaste is viable and would generate profits and then proceed with the project.

The purpose of this economic and financial study is to have information and analyze the context, in order to make decisions and reduce the uncertainty and risks associated with the implementation of the quail egg production and marketing plant in the district of Liberia, Guanacaste.

Objetivo General

Determinar la viabilidad económica financiera para la construcción de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia.

Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado para la identificación de la oferta y demanda de los huevos de codorniz en supermercados de Liberia.
- Realizar un estudio técnico que facilite la valoración económica de los recursos para la operación de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia.
- Efectuar un estudio organizacional que permita una estructura administrativa que se adapte a las necesidades del proyecto.
- Desarrollar un estudio legal para la identificación de requisitos que condicionen la producción y venta de huevos de codorniz en Liberia.
- Desarrollar un estudio ambiental para identificar las externalidades que podrían afectar a la planta de producción de huevos de codorniz y/o como esta podría afectar al entorno natural que la rodea.
- Elaborar un estudio financiero que mide la rentabilidad en la inversión de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia.

Nombre e Información de contacto de los sustentantes		
Nombre	Teléfono	Correo Electrónico
Irene Bermúdez Mayorga	8720 0785	bermudezirene68@gmail.com
José Gerardo Calvo Navarrete	6223 6214	josegerardo223@gmail.com
Estefani González Álvarez	8593 6550	stefani030898@gmail.com
Lester Guerrero Fernández	8652 7156	lesterguerrero99@hotmail.com
Ryan Leal Lara	8709 4544	ryanleal9830@gmail.com
Nombre, correo y firma de responsable académico		
Nombre	Correo electrónico	Firma
Fernando Gutiérrez Coto	fernando.gutierrez.coto@una.cr	

Introducción

Toda idea de negocio que se va a desarrollar en el mercado requiere de información, datos y análisis del contexto donde se va a poner en marcha para lograr disminuir incertidumbres, miedos y riesgos, por esto, en este documento se desarrolla un estudio económico financiero para la construcción de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en el distrito Liberia, Guanacaste.

En el capítulo I de este documento, se desarrolla el planteamiento del problema, así como la justificación e interrogante que le da origen al tema, generalidades de la empresa como la localidad donde se encuentra, las actividades económicas de la región, número de habitantes, extensión territorial y otros aspectos relacionados. También, se menciona objetivos para lograr abarcar el tema en cuestión.

Asimismo, en el capítulo II se menciona la metodología que se va a implementar para lograr el alcance de los objetivos específicos, se cita el enfoque que tiene la investigación, así como las fuentes de información primarias y secundarias por utilizar, la población y distintas técnicas para recolección de información como entrevistas y otros.

Por otra parte, en el capítulo III se desarrolla la fundamentación teórica de la investigación, el estado de la cuestión, marco teórico, marco conceptual, variables sobre la temática, tomando principalmente fuentes secundarias de otros autores que ayudan a teorizar el tema de este documento.

Posteriormente, en el capítulo IV se desarrollará el estudio legal, ambiental, de mercado, organizacional, técnico y financiero necesarios para poder determinar si se pone en funcionamiento la planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia, Guanacaste.

Capítulo I

Caracterización del problema

1.1 Planteamiento del problema

La comercialización libre entre países a lo largo de la historia ha permitido que muchos de los productos, servicios u otro bien sujeto de comercio, originario de un país en específico pueda ser llevado hasta otro país, generando así beneficios mutuos entre los involucrados.

Arrieta Rojas y otros (2017), comentan en su artículo que:

los sistemas de comercialización existen hace miles de años y estos han cambiado desde la perspectiva de la comunidad, definiéndolo como un conjunto de procesos en el que intervienen ofertas, demandantes, mercado, canal y producto, con el objetivo de satisfacer una necesidad a través de la venta o intercambio de un bien o servicio (Muñoz et al., 2016; Pigatto, Pigatto, Smith y Lourenzani, 2015).

Eso se refiere a los primeros intercambios que se dieron entre poblaciones, entre sectores sociales, que ayudó a la subsistencia y satisfacer gustos y preferencias de las personas y hasta necesidades básicas de supervivencia. Se daba por bienes y servicios de interés de las partes de forma muy sencilla, una parte entregaba un producto a cambio de otro de la otra parte.

Con el pasar del tiempo se buscó más que satisfacer a las personas y exigentes necesidades, también se buscó lucrar, ganar poder, dinero, obtener ganancias y hacer llegar sus productos a otras comunidades, países y continentes, a partir de ahí se crea el sistema de comercio sólido que se conoce en la actualidad.

Por otro lado, un aspecto sumamente importante, es conocer el origen de la codorniz. La codorniz que normalmente se conoce (*Coturnix Coturnix*) es un ave que emigró de Asia, África y Europa. Antes se conocía únicamente como de carácter

ornamental, la que fue domesticada fue llevada de China a Japón, se dice que en el siglo XI. Los primeros escritos datan del siglo XII. Primero se criaban por su canto, pero después empezó a crearse como parte de dietas, a partir de ahí inicia la producción de huevos a gran escala (Valle y otros p.3)

Por la globalización, el incremento de la población mundial y la exigente demanda de nuevos productos alimenticios, la codorniz y sus derivados son producidos en distintos países del mundo. Cordero (s.f.) “En cuanto a los países que son considerados los mayores productores, las publicaciones ubican a Japón, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Chile y Honduras como los mayores productores” (p.10).

Estos países producen huevos de codorniz. Costa Rica no destaca entre esta lista, porque apenas da sus primeros pasos en esta actividad comercial, los productores actuales son productores pequeños, que incluso se mantienen en aficionados, cuentan con muy pocas aves y temen adentrarse de manera importante en la comercialización de huevos de codorniz por falta de información, experiencia y demás factores.

La pregunta es: ¿Cuán popular es el huevo de codorniz en Costa Rica? Basado en experiencia, se aprecia que no es popular, no tiene alta demanda por el costarricense, lo que provoca que los posibles productores no vean una oportunidad de negocio, no ven que se pueda aprovechar, el negocio básicamente es la venta de los huevos, se ha visto que estos pueden ser vendidos cocidos o para cocer.

El costarricense no está acostumbrado, porque como se comentó en párrafos anteriores, no es un ave originaria de la zona. Los que sí demandan este producto, en su mayoría, son los extranjeros. Esta ave, por ser originaria de Japón, Asia y Europa, es de donde tiene más seguidores. Las personas que visitan Costa Rica, sea temporalmente o para residir, son quienes más disfrutan los productos de codorniz.

En Costa Rica, según una entrevista breve que se realizó a Leidy Fernández, hay tres principales lugares donde hay producción de codornices.

Ella comenta, anteriormente he comprado estas aves, que son fantásticas, en Atenas, en Miramar de la provincia de Puntarenas y en Coronado. He ido a los tres lugares, he visto que las tienen en muy buenas condiciones y, aunque son diferentes climas, me parece interesante que las aves se adapten y se reproduzcan, tanto así que llega a ser un negocio para el productor.

En la entrevista, también se preguntó si sabía o había escuchado de algún otro lugar adonde hubiera producción de codornices, pero la señora Fernández comenta que no sabe.

El huevo de codorniz es recomendado por Pediatras y Geriatras para la alimentación de niños y ancianos, por sus bajos niveles de colesterol y alto nivel proteico. Para su mercadeo se aconseja cajas de cartón de 12, 24 y 36 unidades con una abertura en la parte superior, cubierta con papel celofán. Los empaques plásticos agilizan el proceso y dan gran visibilidad y presentación. Es importante promover las diferentes formas de preparación del huevo con sus respectivas salsas.

Un aspecto importante por tomar en cuenta y como complemento a la poca explotación que se da en Costa Rica de los huevos de codorniz, es que entre los lugares mencionados donde se puede encontrar las aves, no menciona la provincia de Guanacaste, esto quiere decir que el cantón de Liberia no cuenta con esta actividad.

1.2 Interrogante de la Investigación

¿Es viable la producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia, Guanacaste?

1.3 Justificación de la investigación

Los emprendimientos surgen con el tiempo en la sociedad, pero algunas personas no tienen la capacidad financiera, administrativa, educativa y organizativa para poder desarrollar la empresa y que sea rentable en el tiempo, según las necesidades del mercado y de los clientes a los que se desea satisfacer, provocando que los emprendimientos desistan rápidamente.

En Costa Rica, las personas tienen un gran espíritu emprendedor, eso ha hecho que muchos puedan conseguir sustento para sus hogares, sus familias y conseguir lo necesario, sin embargo, falta apoyo para esos emprendedores, monitoreo, accesibilidad para que estos puedan desempeñar sus labores de forma legal y puedan establecerse formalmente como sociedades.

En 2021 la Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares (Enameh) contabilizó 454 650 microempresas de los hogares en el país, lo que equivale al 23,6 % más que en 2020, cuando se estimó 367 911. Del total registrado, 23 202 se crearon a partir de la pandemia por COVID-19, es decir, el 5,1 %, entre las razones principales para iniciar el negocio, se obtuvo que el 80,6 % lo hizo por necesidad y el restante 19,4 % fue por oportunidad. (INEC institucional 2022, párr.1)

Son muchas las modalidades y formas de crear una microempresa y esto incrementó durante la pandemia, debido a la necesidad, los años de pandemia fueron sumamente difíciles para cualquier empresa y persona que colaboraba en alguna. Muchas personas se enfrentaron a despidos, lo cual generó recorte de presupuesto para sus hogares, por lo que salió a luz ese espíritu emprendedor. Aun así, estos emprendimientos generalmente no están inscritos, no tienen una contabilidad adecuada y normalmente no hay un salario fijo.

Al ordenar las nuevas microempresas creadas por el motivo de la pandemia (23 202). por sector de actividad económica, se encontró que el 48,2 % de los negocios corresponde a Servicios, seguido de Comercio con el 31,2 %, Industria con el 13,1 % y, por último, el sector Agropecuario con el 7,6 %. (INEC institucional, 2022, párr. 2)

Con la necesidad de las personas de salir adelante para sobrevivir, muchos desarrollaron sus habilidades y explotaron su conocimiento para emprender, es así como se crearon pequeños negocios de toda índole, siendo el sector servicio con mayor crecimiento, seguido por comercio e industria, así como también el sector agropecuario.

Y, en este caso, se desea apoyar uno de estos emprendimientos para que pueda desarrollarse, mejore la producción, pueda tener un estudio legal y ambiental, que logre inscribirse en el Ministerio de Hacienda, tenga una estructura organizativa y todos los requisitos necesarios para establecerse como empresa, una productora de huevos de codorniz.

Además, se desea realizar un estudio de mercado para que la emprendedora tenga conocimiento de cuál es su verdadero mercado, que conozca su demanda, cuánto necesita realmente producir para poder satisfacerla. También, resultará sumamente importante, teniendo en cuenta la oferta y la demanda, un estudio financiero, para valorar el rendimiento y la rentabilidad de la planta de producción.

De esta manera, se estará apoyando a una emprendedora, que como se mencionó, no dispone de la capacidad de realizar todos los estudios necesarios, tiene el deseo de iniciar, pero no cuenta con la información necesaria. Se desea apoyar para que pueda establecerse formalmente, invierta recursos y este proyecto se logre posicionar en el mercado.

Una situación muy importante de resaltar y que hace atractiva la oportunidad de negocio, es que en la zona de Liberia no hay ninguna micro o mediana empresa que se dedique a la producción y comercialización de huevos de codorniz.

1.4 Delimitación temporal, espacial e institucional

Tabla 1

Delimitación temporal, espacial e institucional

Temporal	Espacial	Institucional
II Ciclo 2022 y I Ciclo 2023	Liberia, Guanacaste.	Emprendimiento de huevos de codorniz.

Nota: En la tabla anterior se observa la delimitación del emprendimiento.

1.5 Marco Contextual

1.5.1 Actividades de la región

El proyecto de investigación tiene su culminación en la región chorotega, en el cantón de Liberia, específicamente, en el distrito Liberia, barrio La Arena. Liberia es el distrito primero y ciudad cabecera del cantón de Liberia. “El Decreto legislativo N° 3 del 30 de mayo de 1854 establece por primera vez el nombre de "Liberia", para la ciudad de Guanacaste “, según (Municipalidad de Liberia, 2017, p.7).

Según la Municipalidad de Liberia (2017), El Decreto Legislativo N° 3 del 30 de mayo de 1854 establece por primera vez el nombre de "Liberia", para la ciudad de Guanacaste. Así también, Liberia tiene un área total de 1436,47 km².

Además, este cantón está dividido por cinco distritos, los cuales son: Cañas Dulces, Liberia, Nacascolo, Mayorga y Curubandé. Se mostrará la ubicación del distrito de Liberia.

Figura

Ubicación geográfica del distrito de Liberia, Guanacaste



Nota: en la figura anterior se observa la ubicación de la microempresa.

Seguidamente, se presentará un cuadro que sería la figura número 2, donde se mostrará la densidad de la población del distrito de Liberia, así como el área y la población total. Para el año 2022, Liberia cuenta con una población estimada en un total de 67 132 habitantes.

Figura 2

Densidad de la población

Distrito	Población Total	Densidad Población	Área
Liberia	67132	119,12 hab/km ²	563,57 km

Nota: En la figura anterior se puede ver cuál es la densidad que tiene la población.

Además, el distrito de Liberia representa más del 98,83 %, de la población del cantón. Sin embargo, la mayoría vive en la ciudad de Liberia, que es una de las aglomeraciones urbanas más grandes que tiene. También, Liberia es el distrito primero del cantón.

1.5.2 Generalidades de la empresa

Es una pequeña empresa que tiene como propietaria a Leidy Fernández Mora. Es una señora que, junto con su hijo mayor, Hairo, adquirió en el 2005, unas cuantas codornices para tenerlas como mascotas, como hobby, en el patio de su casa.

Fue tan agradable la experiencia que, poco a poco, fueron comprando más. A su vez, las codornices se reproducen rápidamente. Para el año 2006, deciden iniciar la venta de estas a veterinarias de Liberia. No era una gran producción, apenas vendían las que, según doña Leidy, “sobraban”.

No hubo una inversión mayor, pero perduró por algún periodo, para el año 2010, desisten y abandonan el pequeño proyecto. Aun así, deciden conservar algunas para continuar con su afición y su amor hacia las aves.

Lo interesante es que para el 2021 vuelve el deseo de emprender y la señora Fernández vuelve a adquirir cierta cantidad de codornices, esta producción pecuaria tiene un aumento considerable, construyen jaulas grandes y piensa en desarrollar ese proyecto.

Para el 2022, post Covid-19, la economía se reactiva, y la pequeña comercialización continúa. La microempresa cuenta con aproximadamente 100 codornices, cinco espacios donde están ubicadas estas. Pero desea aumentar su capacidad de producción, para así posicionarse en el mercado de Liberia como única y mejor comercializadora de huevos de codorniz.

1.5.3 Localización

La microempresa se localiza en la provincia de Guanacaste, en el cantón de Liberia, en el distrito primero. Específicamente, al sur de Liberia, en Barrio La Arena, contiguo a Ebanistería Hermanos Guerrero.

Pertenece al cantón número uno de la provincia de Guanacaste, situado en la gran planicie guanacasteca, la ciudad de Liberia es la cabecera y cantón primero de la provincia de Guanacaste, creado el 7 de diciembre de 1848, distancia de San José, aproximadamente 203 km” (Municipalidad de Liberia, 2022).

Los límites de Liberia son:

Este con Bagaces.

Al oeste con el Océano Pacífico.

Al norte y noroeste con La Cruz.

Al noreste con Upala.

Al sur y suroeste con Carrillo.

La población de Liberia, según censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) es de 67 132 (INEC, p.5)

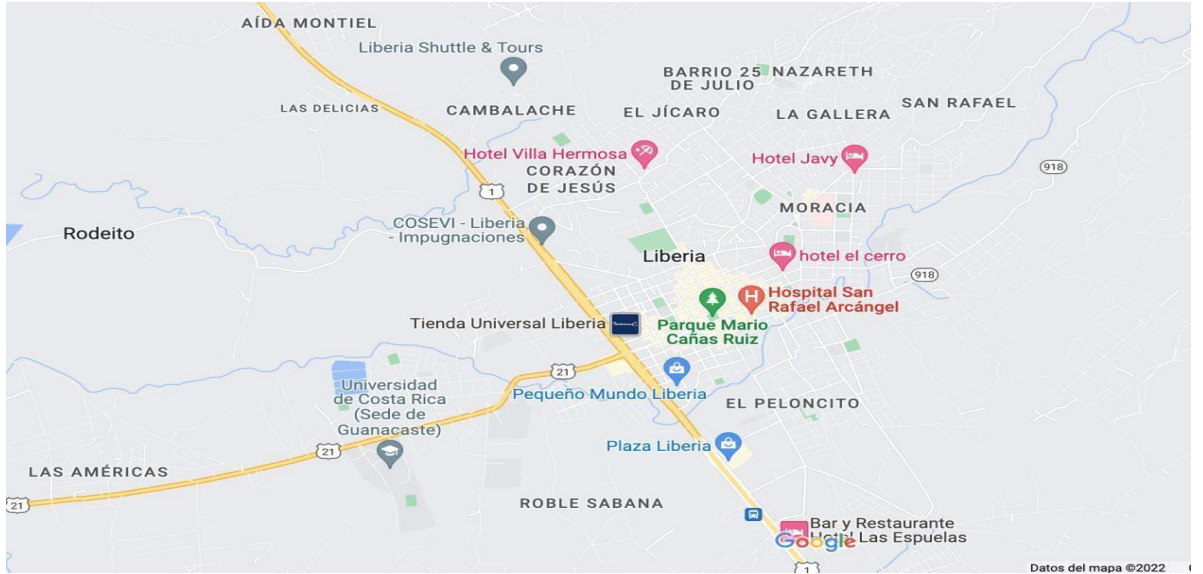
Este cantón tiene cinco distritos, a saber: Liberia, Cañas Dulces, Mayorga, Nacascolo y Curubandé.

Este cantón es una región conocida por su folclore y costumbres, igual que el resto de la provincia. Este cantón se caracteriza por sus haciendas extensas en la mayor parte de la meseta de Liberia. Las actividades tradicionales como las corridas de toros, la conservación y la monta de toros se disfrutan de una manera única.

1.5.3.1 Mapa

Figura 3

Mapa

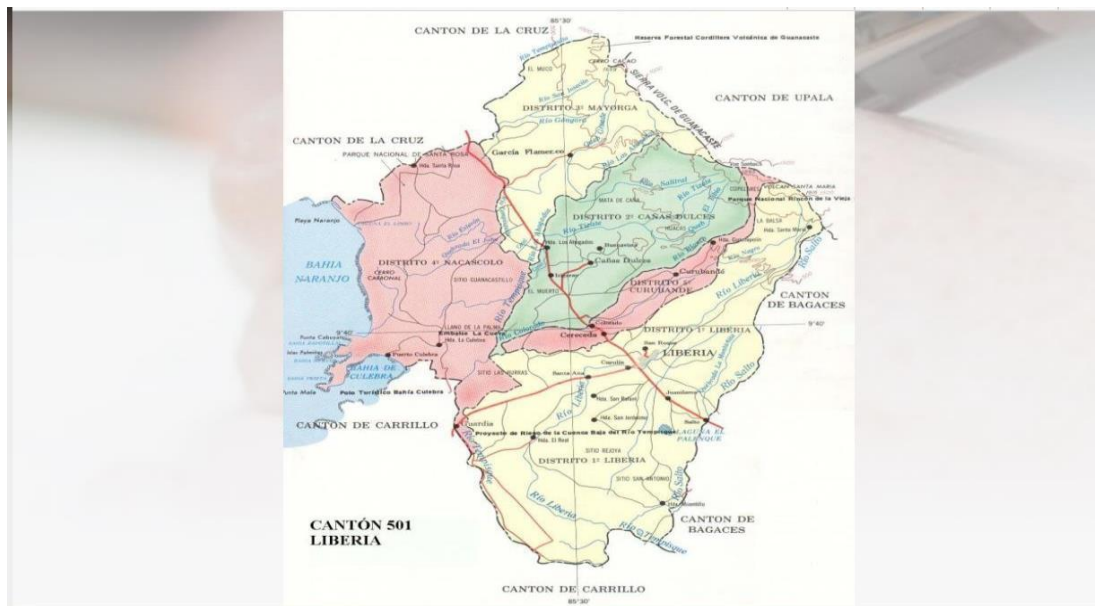


Nota: En la figura anterior, se ve el mapa donde se refleja el cantón de Liberia.

1.5.3.2 Mapa del cantón de Liberia

Figura 4

Mapa Google



Nota: En la figura anterior se observa el mapa de Liberia.

1.6 Objetivos de la Investigación

1.6.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad económica financiera para la construcción de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia, Guanacaste.

1.6.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado para la identificación de la oferta y demanda de los huevos de codorniz en supermercados de Liberia.
- Realizar un estudio técnico que facilite la valoración económica de los recursos para la operación de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia.
- Efectuar un estudio organizacional que permita una estructura administrativa que se adapte a las necesidades del proyecto.
- Desarrollar un estudio legal para la identificación de requisitos que condicionen la producción y venta de huevos de codorniz en Liberia.
- Realizar un estudio ambiental con la finalidad de poder determinar las regulaciones necesarias para la venta y producción de huevos de codorniz en Liberia.
- Elaborar un estudio financiero que mide la rentabilidad en la inversión de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia.

Capítulo II
Marco Metodológico

2.1 Cuadro de operacionalización

Tabla 2

Análisis de variable del objetivo uno

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
Desarrollar un estudio legal para la identificación de requisitos que condicionen la producción y venta de huevos de codorniz en Liberia.	Estudio legal.	En el Estudio Legal, se busca identificar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto, debiendo realizarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que un proyecto altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. (brocher, 2019)	Para el estudio legal se realizará una investigación para identificar las diferentes normas que regulan en el ámbito de producción y venta de huevos de codorniz. En primera instancia, se visitará la Municipalidad de Liberia para consultar sobre los permisos necesarios, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Hacienda para aspectos tributarios. Todas las instituciones mencionadas para que la microempresa opere bajo las regulaciones correspondientes.	Entrevistas. Visita a instituciones correspondientes. Revisiones bibliográficas.

Fuente: Elaboración propia de los investigadores.

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un estudio ambiental para identificar las externalidades que podrían afectar a la planta de producción de huevos de codorniz y/o como esta podría afectar al entorno. 	Estudio ambiental.	<p>Sapag y Sapag mencionan “El impacto ambiental en muchas decisiones de inversión es un claro ejemplo de las externalidades que puede producir un proyecto al afectar el bienestar de la población. Si bien muchas externalidades no tienen el carácter de económicas, pueden afectar la calidad de vida de la comunidad...” (p.36).</p>	<p>En cuanto al sector ambiental se realizará investigaciones bibliográficas con la finalidad de conocer sobre las regulaciones que hay en este ámbito, además, se hará las consultas necesarias a las entidades de: Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE) y a la Secretaría Técnica Nacional Ambiental (SETENA).</p>	<p>Entrevistas. Visita a instituciones correspondientes. Revisiones bibliográficas.</p>

Fuente: Elaboración propia de los investigadores

Tabla 3*Análisis de variable del objetivo dos*

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
. Elaborar un estudio de mercado para la identificación de la oferta y demanda de los huevos de codorniz en supermercados de Liberia.	un Estudio de Mercado.	Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado de mercado. (Da silva, 2021). Por lo que su propósito es conocer adecuadamente el nicho al que se pretende llegar.	Para lograr desarrollar el estudio de mercado se realizará una encuesta en los diferentes supermercados de la zona de Liberia para poder determinar la demanda. Como segundo aspecto, se realizará un análisis de la competencia directa o indirecta para poder identificar la competencia más fuerte del mercado.	Entrevista. Encuestas. Revisión de patentes.

Fuente: Elaboración propia de los investigadores

Tabla 4*Análisis de variable del objetivo tres*

Objetivo	Variabes	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
Efectuar un estudio organizacional que permita una estructura administrativa que se adapte a las necesidades del proyecto.	Estudio organizacional.	Mediante el estudio organizacional se puede observar el comportamiento de los individuos en la organización y facilitar la comprensión de las relaciones interpersonales en las que interactúan las personas. (Delgado. 2020) Además, el autor menciona que este ayuda a predecir qué hará la gente al interior de las empresas, estudia la forma de predecir la conducta de los individuos y los grupos, busca resultados eficaces a través del estudio de los individuos, los grupos y la estructura de la empresa.	Se definirá los objetivos que tiene y desea la miniempresa para de esa manera organizarse. en pro de seguir un rumbo realista. Aunque es una miniempresa, resulta necesario definir la organización de esta, por eso se definirá quién será el administrador (a) (representante) de esta y así estructurar.	Entrevista. Revisión bibliográfica. Perfil del Puesto.

Tabla 5*Análisis de variable del objetivo cuatro*

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
-Realizar un estudio técnico que facilite la valoración económica de los recursos para la operación de una planta de producción y comercialización de huevos de codorniz en Liberia.	Estudio Técnico.	El estudio técnico es aquel que tiene como objetivo determinar la función de producción óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios y, de esta manera, adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (Gastón, 2021).	Para el desarrollo de este objetivo se pretende identificar los recursos necesarios para el óptimo funcionamiento y desarrollo de la microempresa. Además, se realiza distintas cotizaciones a distintas ferreterías y almacenes con la finalidad de comparar precios y reducir costos en materiales y ser eficientes. Distribución de la planta, localización de cada parte de ella, para identificar cómo lograr eficiencia, considerando demanda y fechas de entrega.	Cotización de materiales a diferentes almacenes y ferreterías. Cotización de materiales. Análisis de costos.

Fuente: Elaboración propia de los investigadores

Tabla 6*Análisis de variable del objetivo cinco*

Objetivo	Variable	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
Realizar un estudio financiero que permita medir la viabilidad financiera de la inversión de una microempresa dedicada a la producción de huevos de codorniz en Liberia.	Estudio financiero.	Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (Pérez, 2021).	Esta variable se desarrollará por medio de la información arrojada de los estudios abordados en la investigación. Asimismo, se aplicará los indicadores financieros respectivos para determinar la viabilidad económico-financiera del proyecto y, con ello, poder realizar las proyecciones pertinentes.	Indicadores financieros. Punto de equilibrio (PE). Periodo de Recuperación (PR). Tasa Interna de Retorno (TIR). Valor Actual Neto (VAN). Índice de deseabilidad (ID). Modelo de Valoración de Activos. Financieros CAPM. Flujo de efectivo. Revisión bibliográfica.

2.2 Estrategia de investigación aplicada

La presente investigación estará sustentada en diversos aspectos metodológicos, los cuales se describirá a continuación:

2.2.1 Tipo de investigación

Para llevar a cabo el presente trabajo, es importante enfatizar el nivel de profundidad de los temas investigados, especialmente, los relacionados con el estudio de factibilidad, que son esenciales para la toma de decisiones de inversión. Para ello, se realizará estudios descriptivos.

La investigación o método descriptivo de investigación es el procedimiento usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población por estudiar. Al contrario que el método analítico, no describe por qué ocurre un fenómeno, sino que se limita a observar lo que ocurre, sin buscar una explicación. (Martínez, s.f., p.1)

El estudio permitirá a los investigadores comprender y caracterizar aspectos, como la demanda del producto, costos de inversión, estructura organizacional, etc.

Seguidamente, se tiene el estudio de la investigación explicativa.

La investigación explicativa: es aquella que tiene relación causal; no solo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas de él. Existen diseños experimentales y no experimentales. Es un estudio muy útil para probar teorías. Por ejemplo, un estudio de mercado realizado tras el lanzamiento de un producto, llevado a cabo para comprender las razones de su éxito o fracaso. (OPS, s.f. p. 4)

Tomando en cuenta la definición anterior de la investigación explicativa, el propósito de esta es ampliar el conocimiento existente sobre situaciones de las que se sabe poco o nada. De esta manera, se enfoca en los detalles que permiten conocer más sobre el fenómeno. En definitiva, lo que hacen los investigadores es partir de una idea general y luego explorar aspectos específicos.

2.2.2 Enfoque de la investigación

En el presente proyecto se llevará a cabo por medio del enfoque mixto, que se dará por medio del enfoque cuantitativo y un enfoque cualitativo.

La investigación mixta tiene unas características que conviene conocer. Estas hacen que sea adecuada para aquellos casos en que se deba aunar cantidad con calidad. En primer lugar, es una forma muy completa de obtener información. Al unir las ventajas de ambos métodos, permite que esta sea extensa y, a su vez, detallada. “Permite complementar el uso de lo cuantitativo, como forma de aproximación, y de lo cualitativo, como forma de análisis en profundidad (Rus, 2020, párr.7).

Este método se crea para que la investigación utilizará métodos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos, utilizando herramientas que faciliten la adquisición de datos relevantes para su posterior análisis, como entrevistas que se aplicará a los empresarios y sus asociados, unidades relacionadas con la apicultura. carácter, sociedades y revisión bibliográfica.

2.3 Fuentes de información

Para la recolección de información necesaria para el desarrollo del trabajo de investigación es necesario consultar las siguientes fuentes.

2.3.1 Fuentes primarias

En primer lugar, las fuentes primarias son aquellas cuya información es original, es decir, que su contenido no ha sido tratado o analizado por un investigador o investigadora y, por lo tanto, se mantiene intacta. Asimismo, este tipo consiste en una toma de datos a través de cuestionarios, entrevistas, encuestas, fotografías, videos, entre otros. Y sirven para constatar una hipótesis, que ya ha sido planteada previamente. (TFG, 2021, p.3)

Esta herramienta es sumamente importante para la investigación, ya que brinda la base de datos más real y de primera mano, por medio de la encuesta se conocerá el gusto y opinión de los potenciales clientes o grupo objetivo sobre el producto deseado. Oferta al emprendedor, también se obtendrá información sobre el emprendedor mediante las entrevistas.

2.3.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son una ampliación de los resultados concretos que aportan las fuentes primarias. Es decir, se genera un contenido a partir de la extracción de información de un recurso primario. Además, se puede identificar porque no tienen como objetivo principal ofrecer información, sino indicar qué recursos la puede proporcionar. En términos generales, los documentos secundarios remiten generalmente a los primarios. (TFG, 2021, p.5)

Por otro lado, es necesario recopilar y conocer más sobre el tema de investigación con la ayuda de fuentes de segunda mano, utilizando libros, artículos, investigaciones realizadas en otras universidades, diversas estadísticas y bases de

datos, e información actualizada en varios sitios de Internet. Ayúdanos a generar conciencia y adquirir conocimiento para el desarrollo de proyectos.

2.4 Población y muestra

2.4.1 Población

La población de investigación está formada por todos los elementos del fenómeno definidos en el análisis de la pregunta de investigación (personas, objetos, organismos, documentos médicos). Las poblaciones tienen características que se estudian, miden y cuantifican. La población también debe estar claramente definida en torno a su contenido, lugar y tiempo.

Conforme lo anterior, se establece que la población que se considerará en el presente estudio, serán algunos supermercados seleccionados que se encuentran en el cantón de Liberia.

2.4.2 Muestra

Para esta investigación no hay muestra, porque se trabaja con la población total.

2.5 Recopilación de la información

2.5.1 Instrumentos y Técnicas para la recolección de datos

Para la obtención de información pertinente, el uso de técnicas e instrumentos de recolección de datos cuantitativos y cualitativos será fundamental para el desarrollo idóneo de la investigación. A continuación, se menciona los siguientes métodos.

a. Cuestionario

El cuestionario es un instrumento utilizado para obtener información con fines de investigación o evaluación, sin embargo, su uso tradicional en la escuela está ampliamente ligado a la recuperación memorística de la información y, por lo general, a la asignación de calificaciones, a pesar de ser un instrumento con amplias posibilidades para la evaluación. (Instrumento de evaluación, s.f., párr.1)

Conforme al cuestionario, este se aplicará a la población de estudio para así conocer la demanda de dicho producto en los lugares por considerar.

b. Revisión Literaria

La revisión de literatura es la base teórica de la investigación, sustentará los resultados obtenidos y en la sección de discusión se observará las similitudes y diferencias, pero principalmente demostrará que la investigación propuesta es un aporte científico válido. Además, las consultas bibliográficas servirán para llevar una mejor elaboración del proyecto.

c. Entrevista

Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones por medio de una conversación entre dos o más personas. Todas las personas que participaron en la entrevista hablaron sobre un tema determinado.

Es por eso por lo que se considera este tipo de entrevista la adecuada para la reunión de ideas, se consultará a los encargados de los supermercados, entre otras personas.

d. Observación cualitativa

La observación cualitativa es un proceso de investigación utilizado para recopilar información o datos. Debido a que este método de investigación es

observacional, generalmente requiere más tiempo que la investigación cuantitativa, pero el tamaño de la muestra utilizada para el estudio suele ser mucho más pequeño.

2.6 Análisis e interpretación de la información

Luego de obtener la información cualitativa y cuantitativa, se analizará e interpretará los temas de investigación.

Con la ayuda de entrevistas y cuestionarios, la información se convierte en tablas, y la información recopilada de oferta, demanda y precios se analiza y demuestra concretamente. Los datos obtenidos en el estudio se utilizarán para elaborar el flujo de caja anual esperado, así como la cuenta de pérdidas y ganancias y el balance.

El uso de indicadores financieros como VAN, TIR, PR, PE, CAPM ayudarán en la toma de decisiones de inversión y estrategias de proyectos.

Cabe mencionar que la investigación de mercado determinará el nicho por evaluar para definir clientes potenciales y la evaluación establecerá las necesidades de los consumidores para la apertura de mercado. También, buscará competidores potenciales en la región para identificar fortalezas y debilidades.

2.7. Alcances y limitaciones

2.7.1 Alcances

Se obtuvo información primaria, se trabajó de la mano con la señora emprendedora y gracias a las encuestas realizadas, las respuestas contribuyeron a recolectar información.

Rentabilidad: se proyecta rentabilidad para poder reinvertir y maximizar utilidades y lograr posicionarse en la industria.

Profundizar en el valor nutricional que tienen los huevos de codorniz, para que las personas comprendan el valor que estos pueden aportar.

2.7.2 Limitaciones

Tiempo: El tiempo para recolectar información se considera poco para la realización de esta investigación, porque al ser un producto alimenticio y de gran valor nutricional se necesita profundizar. Es por eso por lo que se hace hincapié en realizar futuras investigaciones sobre este tema, para responder las dudas que existan.

Distancia: Al ser cinco miembros en el grupo, todos de diferentes lugares de la zona, dentro de la cual había bastante distancia entre cada uno y cabe recalcar los diferentes compromisos con los que contaban, resultaba complicado coordinar tiempos para reunirse.

Diferencias de opiniones: al ser un trabajo en equipo, muchas personas compartiendo ideas y varias de esas diferentes, hace que muchas veces no se comparta la idea o propuesta de algún integrante.

Falta de información: por la naturaleza de la investigación resultó difícil recolectar información actualizada y veraz, cabe destacar que, por ser un ave de otra región, por las cualidades de esta, no se almacena tanta información. Se puede decir que no hay muchas investigaciones previas ni recientes.

Por otro lado, fue difícil reunir información sobre los supermercados de la zona, se intentó contactar a la Municipalidad de Liberia para una información exacta, sin embargo, su sistema burocrático atrasaba, no contestan correos electrónicos y antes las llamadas solo había respuestas momentáneas.

Estrategias: Las estrategias que se aplicaron en esta investigación probablemente no se podrá utilizar en otras regiones, puesto que se especifica un espacio geográfico, con sus características propias.

El proyecto se enfoca únicamente en una línea, donde posiblemente haya dificultades de crear una extensión para un mercado diferente.

La información con la que se trabaja es la que se proporciona por la empresa y la gobernación local, se sabe que el tiempo pasa y la información queda desactualizada. Cualquier cambio, posiblemente, modificará las proyecciones.

Capítulo III

Fundamentación Teórica

3.1 Estado de la cuestión

El propósito del siguiente estudio es proporcionar un método para las preguntas relacionadas con el tema de este proyecto. A partir de ello, se establecerá la existencia de unas líneas de investigación comunes, por lo que se destacará los hallazgos nacionales.

Aneika Aguilar Fonseca, Carolina Galera Bolívar y Felipe Vargas Gómez, en el 2020 llevaron a cabo un estudio económico financiero para el acondicionamiento de una planta procesadora de pescado pangasius, e indican que:

Con el objetivo de determinar el valor económico de los recursos necesarios para la operación de la planta procesadora de pescado pangasius, este estudio brinda información esencial para lograr el aprovechamiento eficaz y eficiente del dinero destinado al proyecto de inversión. En este apartado se muestra la información obtenida respecto a los requerimientos de mano de obra, insumos y materiales, los requerimientos de maquinaria y equipos para la planta, así como de materias primas necesarias, tanto para la puesta en marcha como para el funcionamiento del proyecto (p.54)

Por otro lado, Ramírez, Arguedas, Matarrita y Arroyo (2021), llevaron a cabo un estudio de viabilidad económica financiera para la producción de arroz en Bagatzi, Guanacaste, para su comercialización en las arroceras de Guanacaste.

El proyecto CREO prepara la siembra de arroz de una manera diferente, pasando de una siembra convencional a una transición una semilla más limpia en cuanto al uso de fertilizantes y plaguicidas, con la finalidad de reducir los costos por medio de la creación de forrajes naturales y, al mismo tiempo, cuidar la tierra, lo que evita que esta pierda fertilidad en el suelo. En la asociación

nacen las ganas de salir adelante como grupo, así como aportar a la comunidad fuente de empleo. El proyecto CREO observa una ruta de venta ya establecida, las cuales son las arroceras de la zona de Guanacaste, pero al mismo tiempo desean conformar su propio nicho de mercado de venta, buscando en el futuro crecer como empresa. Finalmente, la asociación observa en el futuro una pequeña industrialización al crear nuevos subproyectos de pequeñas filiales. (p.37)

En el 2022, Ordóñez, Pérez, Polanco y Urbina, llevan a cabo un Estudio de viabilidad económico financiero para la construcción de una planta procesadora y empacadora de camarón *Litopenaeus vannamei* y comercialización, en los distritos Paquera y Cóbano de Puntarenas, para la Camaronera Doña Flor.

Este proyecto consiste en la construcción de una planta de procesado y empacado de camarón *Litopenaeus vannamei*, la cual, según la CCSS se clasifica como una pequeña empresa, debido a que en esta laborarán 18 colaboradores, por tanto, se realiza un estudio técnico, con el fin de identificar los costos relacionados con el proyecto, así como la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto. Cabe destacar que, para conocer el funcionamiento de una planta procesadora y empacadora, el equipo investigador realizó un benchmarking en la planta procesadora y empacadora Mariscos Segura, ubicada en Puntarenas. (p.98)

Así mismo en el 2022, López, Martínez, Pizarro y Huertas llevaron a cabo, “Estudio de viabilidad económica-financiera para la producción comercialización de productos derivados de leche de cabra en los cantones de Carrillo y Liberia, Guanacaste, para la microempresa FANUCA”.

Actualmente, la microempresa FANUCA produce yogurt con sabor a fresa, leche de cabra y rompopo. En cuanto al queso, es producido en forma ocasional, cuando los clientes realizan solicitudes anticipadas. Debe señalarse que cada uno de los productos es pasteurizado. Para llevar a cabo el proceso de producción, el señor Núñez tiene un empleado encargado del ordeño y pastoreo de las cabras. Además, los productos son elaborados artesanalmente y empacados en bolsas termoselladas por el propietario y seis miembros de su familia en la cocina de su vivienda. Por otra parte, con respecto a la comercialización de los productos derivados de la leche de cabra, aproximadamente veinticinco clientes compran en la microempresa FANUCA. En lo referente a la realización de las ventas, los clientes adquieren productos diariamente en la casa del propietario en Corralillo. Asimismo, un miembro de la familia del señor Núñez vende los productos a compañeros de trabajo en la empresa Melones de Costa Rica S.A. en Filadelfia. (p.25)

En el 2021, Espinoza, Obregón, López y Sandoval, llevaron a cabo un “Estudio de viabilidad económico financiero para la producción y comercialización de mermelada y jugo a base de pitahaya roja (*Hylocereus costarricense*) En Liberia, Guanacaste”.

En la actualidad, la empresa no está constituida formalmente. El inversionista, señor Luis Carlos Gutiérrez Centeno tuvo la idea de la siembra de pitahaya debido a la necesidad de obtener una alternativa de negocio, que le permitiera la generación de ingresos adicionales a futuro, ya que, como ingeniero en sistemas, se dedica a la instalación y mantenimiento de equipos de cómputo y cámaras de video. La competencia en dicha área lo ha obligado a buscar maneras de diversificación. En forma adicional, dicho inversionista es

consumidor habitual de la fruta, por lo cual invirtió en la compra de esquejes o trozos de planta de pitahaya a un productor de Colonia Bolaños, La Cruz, con el fin de reproducirlos. (p.16)

3.2 Marco Teórico

3.2.1 Estudio legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Una de las áreas más relevantes para el estudio legal será la legislación tributaria. (Guerrero y Santacruz, 2016, como se citó en Espinoza, Obregón, López y Sandoval,2021)

El estudio debe incluir todos los peligros, riesgos e impactos relacionados con las personas, el medio ambiente, las comunidades circundantes y los activos físicos en los que se ubica el proyecto. Los resultados deben incluirse en la licitación final y el proceso de licitación para cada contrato de proyecto que se utilizará en momento.

3.2.2 Estudio ambiental

Este estudio “provee información de consideración ambiental no solo por la conciencia creciente que la comunidad ha adquirido en torno a la calidad de vida presente y futuro, sino por los efectos económicos que dichas consideraciones introducen en un proyecto” (Sapag, Sapag y Sapag, 2014, como se citó en Espinoza, Obregón, López y Sandoval, 2021).

El estudio debe incluir todos los peligros, riesgos e impactos relacionados con las personas, el medio ambiente, las comunidades circundantes y los activos físicos en los que se ubica el proyecto. Los resultados deben incluirse en la licitación final y el proceso de licitación para cada contrato de proyecto que se utilizará en ese momento.

3.2.3 Estudio de Mercado

- Un estudio de mercado consiste en: Ratificar la posibilidad real de colocar en el mercado el producto o servicio que elaboraría el proyecto, conocer los canales de comercialización que usan o podrían usarse en la comercialización, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, características y ubicación de los potenciales consumidores. (Sapag, Sapag y Sapag, 2014, como se citó en Espinoza, Obregón, López y Sandoval,2021)

La capacidad de conectar a los consumidores, clientes y el público con los vendedores a través de información para identificar y definir oportunidades y problemas de marketing; generar, mejorar y evaluar campañas de marketing; monitorear el desempeño del marketing y mejorar la comprensión de este como un proceso.

3.2.4 Estudio Organizacional

El estudio organizacional tiene como propósito: Definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más

adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el periodo de operación. (Meza, 2013, como se citó en Espinoza, Obregón, López y Sandoval, 2021)

Para cada proyecto y estrategia particular es posible definir la estructura organizativa que mejor se adapte a los requerimientos de su posterior operación.

3.2.4.1 Estructura administrativa

Una estructura administrativa es un plan formal que refleja la relación, comunicación, procesos y procedimientos de toma de decisiones de varias personas, unidades, factores materiales y funciones diseñadas para lograr objetivos específicos. Es por eso por lo que Sapag y Sapag mencionaron lo siguiente:

Para cada proyecto y estrategia particular es posible definir la estructura organizativa que mejor se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra. (p.33).

Esta estructura se puede representar con un organigrama, que es una figura, que muestra, de manera sencilla, la jerarquía que existe en la empresa.

3.2.5 Estudio técnico

Menciona que un estudio técnico permite: Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio de calidad, cantidad y costo requerido. Para

ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. (Meza, 2013, como se citó en Espinoza, Obregón, López y Sandoval, 2021)

Sapag y Sapag dicen que “el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (p.32). En otras palabras, se puede identificar lo necesario para la operación, equipo y posible monto de inversión. Permite tener una idea de la distribución de los activos y ubicación física. Con todo eso, se puede “conocer las materias primas y los insumos restantes que este demandará” (Sapag y Sapag, p.32).

El estudio técnico ayudará a tener un presupuesto, considerando la demanda actual y la potencial demanda, considerando que la inversión para crecer en el mercado.

3.2.6 Estudio financiero

Establecen que el estudio financiero “ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad” (Sapag, Sapag y Sapag, 2014, como se citó en Espinoza, Obregón, López y Sandoval, 2021).

En otras palabras, el estudio financiero permite analizar y determinar la rentabilidad que tiene o puede llegar a tener una empresa o proyecto, para con estos datos numéricos poder tomar decisiones importantes que pueden determinar, por ejemplo, la apertura de una empresa en el mercado, o bien, la reorganización o cierre de otra empresa.

Con el estudio financiero se pretende, minimizar riesgos que los negocios fracasen por temas económico-financieros, o bien, que se logre prever escenarios desfavorables, que puedan poner en aprietos la operatividad de los recursos de las empresas en el mercado.

3.3 Marco Conceptual

3.3.1 Variables sobre la temática

3.3.1.1 Oferta

El término oferta proviene del latín *offerre*, que significa *ofrecer*. Esta palabra posee diversas acepciones, una de ellas podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo. También puede ser entendido como la rebaja de un precio. Pero donde mayor importancia adquiere el concepto es en economía, donde es entendida como uno de los motores del mercado. (2021, párr.1)

Por lo que una oferta se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que diferentes empresas o individuos tienen la capacidad de vender en el mercado, en un tiempo y espacio específicos, por un precio específico, con el fin de satisfacer las necesidades de las demás personas.

El autor menciona que la ley de la oferta se ve afectada de acuerdo con cambio en los precios, ya que, si este aumenta, la oferta aumentará, de igual manera, si esta disminuye la oferta va a disminuir, por lo que se puede decir que es la variación y disposición de los bienes en el mercado.

3.3.1.2 Demanda

En materia económica, se define la demanda como el total de los bienes y/o servicios que pueden ser consumidos por uno o más consumidores de un mercado, a los distintos precios en que estos bienes sean ofertados. Es también la acción de compra que ejercen los consumidores cuando buscan satisfacer sus necesidades mediante los bienes disponibles en el mercado (oferta). (Uriarte, 2022, párr.1)

Además, el autor menciona que la ley de la demanda se establece mediante la relación de un bien y su precio, de manera que, si el precio de un bien o servicio sube, la demanda de este mismo va a bajar, de igual manera, si este bien, o servicio posee alta demanda, su precio se verá afectado.

3.3.1.3 Recursos

La gestión de recursos como parte de la gestión de proyectos trata de hacer más con menos. A nadie le gusta malgastar, especialmente, en el mundo empresarial. La gestión de recursos se centra en la optimización y la eficiencia. Cuando sabes lo que necesitas para que un proyecto alcance el éxito, puedes planificar eficientemente la forma adecuada de utilizar esos recursos. (Hansen, 2021)

Los recursos son uno de los puntos más importantes a la hora de desarrollar un negocio, ya que de estos depende el producto final del proyecto por realizar, un tema muy importante es la gestión de estos recursos, o sea, la administración de los mismos, claramente esto depende del negocio, producto o proyecto por realizar, en este caso, este proyecto consiste en la producción de huevos de codorniz y los principales recursos que se necesitan para producir en su mayoría es el alimento de las aves que es con base de concentrados y deben ser manejados en diferentes porciones y conforme van creciendo, cambia el tipo de alimentación, y es por ello que

si este recurso no se gestiona de la mejor forma, puede afectar la rentabilidad del negocio, luego está lo que es que se es da, y sus instalaciones que son muy importantes ya que de esto depende el bienestar de las aves y que produzcan lo esperado.

3.3.1.4 Producción

“La producción consiste en una secuencia de operaciones que transforman los materiales haciendo que pasen de una forma dada a otra que se desea obtener”, indican Caba, Chamorro y Fontalvo.

Cuando se habla de producción se puede pensar en productos y servicios para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

Puede partir de materia prima, pasar un proceso de transformación y, como conclusión, un producto que llame la atención.

3.3.1.5 Comercialización

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018), la comercialización es el “conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor” (p.9). Con lo anterior, se puede decir que, para una adecuada comercialización de un producto o servicio, el productor debe utilizar diversas estrategias y métodos para poder llegar hasta el consumidor final, desde estrategias de marketing, publicidad, ofertas, analizar el mercado, competencias y otros.

La correcta comercialización de un bien o servicio surge cuando se da una oferta para un mercado que demanda esté bien o servicio, con el fin de lograr satisfacer o cubrir una necesidad, referente a esto el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018), menciona “Es un mecanismo de coordinación

para las transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en una cadena productiva” (p.9).

3.3.1.6 Rentabilidad

Todos los negocios, sin importar su tamaño, surgen en el mercado con la esperanza de ser rentables en sus operaciones para poder mantenerse y alcanzar una posición buena que le permita crecer con el tiempo. Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018):

La rentabilidad es la capacidad que tiene un negocio para generar renta, o sea, de resultar en una ganancia, beneficio, utilidad. Indica, en términos porcentuales, la obtención de ganancias a partir de una inversión. Se dice que una empresa es rentable cuando genera suficiente utilidad o beneficio, es decir, cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre ellos es considerada como “aceptable”. (p.8)

En otras palabras, la rentabilidad en una empresa lo es todo, porque si logra generar ingresos mayores a los gastos y la diferencia entre estas partidas es lo suficientemente buena para mejorar continuamente su posicionamiento en el mercado quiere decir que está manejando bien sus gastos y generando las ventas necesarias, además, que la demanda del producto es positiva.

Es importante tomar en cuenta que para poder determinar si una empresa es rentable o no, es necesario identificar todos y cada uno de los costos y gastos en los que esta incurre para poder generar una venta y, de esta manera, con los montos de las ventas poder determinar la ganancia o pérdida que se pueda generar.

3.3.1.7 Inversión

Lawrence (2009) dice que “una inversión es esencialmente cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o aumente su valor” (p.3).

Invertir es poner a trabajar con la finalidad de generar ganancias, existen muchos tipos de inversiones y pueden variar en el tiempo.

Puede que la palabra “inversión” llame la atención, pero a la vez puede generar duda o incertidumbre, porque si se invierte, por lo general, son recursos que tienen cierto valor y, cabe la posibilidad, de perder esos recursos e el futuro, por lo que cabe recalcar que con este lo que se busca es generar rendimiento o utilidad, a partir de la inversión, pero siempre hay riesgo de perder.

3.3.1.8 Emprendimiento

Con el pasar del tiempo, muchas empresas salen o cesan sus operaciones en el mercado y, por otra parte, muchas otras empresas, logran posicionarse y hacer los esfuerzos necesarios para mantenerse en el mercado. Es muy frecuente que las ideas de negocios se desarrollen, pero no toda idea que llegue al mercado es un emprendimiento.

Según Álzate (2017), un emprendimiento “está enfocado a la creación de organizaciones que generan utilidades económicas” (p.13), es decir, todo emprendimiento que llega al mercado llega a generar utilidades que permitan, hacer frente a obligaciones, lucrar a los accionistas, crecer en el mercado y otros, pero en muchas ocasiones, las ideas de negocio que no llegan a ser emprendimientos no llegan a generar utilidades y, por el contrario, por la mala planificación y análisis,

generan pérdidas a los socios y de desechan las esperanzas y recursos de los emprendedores.

3.3.1.9 Incubación

Avicultura Alternativa, Incubación 394, BM Editores dice que “La incubación dura un periodo de 16 días, iniciándose el picado de los huevos el día 14. La incubación al igual que en las gallinas puede realizarse en forma natural o artificial”. (p.1).

3.3.1.9.1 Incubación Artificial

Este tipo de incubación utiliza máquinas para continuar con el proceso de incubación cuando se carece de codornices. “Es la que se realiza en incubadoras, bien sea éstas eléctricas, de gas...Este se utiliza mayormente cuando es producción masiva y lo que busca es mantener los huevos a una temperatura adecuada, simulando las condiciones naturales.

3.3.1.9.2 Incubación Natural

Este tipo de incubación, a diferencia de la artificial, se utiliza cuando son pequeñas producciones, un lote pequeño. Esto porque la hembra debe poder mantener todos los huevos bajo las mismas condiciones. Además, la hembra no debería tener sobrepeso, porque podría quebrar los huevos.

Avicultura Alternativa, Incubación 394, BM Editores dice que:

El nidal se debe instalar en un sitio tranquilo, protegido de los rigores de la intemperie y es conveniente colocarle paja de embalaje para el nido; esta paja deberá ser espolvoreada previamente con un porricida, para impedir la cría de

piojitos que además de molestar causan graves daños, y en casos graves hasta muerte de los animales. (p.2).

3.3.1.10 Producción pecuaria

“El Sector Agropecuario costarricense, fue creado mediante el Título II de la ley N°7064, Ley de Fomento a la Producción Agropecuaria y Orgánica del MAG, del 29 de abril de 1987, conocida como Ley Fodea, sus reformas y otras leyes conexas”.

En el sector agropecuarios se puede identificar entidades que velan por el correcto funcionamiento de la actividad. Rodríguez y Valverde indican las siguientes:

Actualmente el Sector Público Agropecuario está integrado por las siguientes instituciones: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) que incluye de manera adscrita el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) y el Servicio Nacional de Salud Animal (Senasa), el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA), la Oficina Nacional de Semillas (ONS), el Consejo Nacionales de Clubes 4S (Conac), la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (Sepesa) y las descentralizadas como el Servicio Nacional de Aguas Subterráneas, Riego y Avenamiento (Senara), el Instituto de Desarrollo Rural (Inder), el Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura (Incopesca), el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) y el Consejo Nacional de Producción (CNP). (2017).

Teniendo esos datos en cuenta, queda claro que es una actividad de gran importancia para el desarrollo de la economía del país, tanto es así que muchas entidades se involucran para que se desarrolle de manera óptima.

En Costa Rica se llama a este sector de producción como “sector primario”, porque:

El Sector Agropecuario mejoró y diversificó su estructura productiva, de comercialización y exportación, fortaleciendo su importancia económica, productiva y social a nivel nacional. Esto se evidencia en el importante aporte que brinda en el abastecimiento de alimentos en el mercado interno, en las exportaciones y como una de las principales actividades generadoras de empleo, especialmente en las zonas rurales del país. (Rodríguez y Valverde, 2018).

Ha sido una actividad que potencia otras actividades, genera empleo y ayuda al desarrollo socioeconómico. Sin duda, de gran importancia.

3.3.1.11 Codorniz (Coturnix Coturnix)

“Es la codorniz salvaje, anida en Europa y Asia. Se caracteriza por emigrar en invierno a África, Arabia e India. Esta ave se destaca por tener el mayor peso corporal entre las codornices, siendo propicia para la producción de carne” (Grimaldos Daniel, 2020, p.9) Acorde con este tipo de codorniz, se puede decir que no es apta para producción en Costa Rica, puesto que no existe una cultura inculcada en la ciudadanía para que el consumo de la codorniz como carne se dé, este consumo de este tipo de especie se podría dar en extranjeros que visiten el país.

3.3.1.11.2 Coturnix coturnix japonica

“...alto rendimiento productivo y reproductivo, es la especie de mayor interés zootécnico para la producción de huevos. En la actualidad es la más utilizada en las

explotaciones de Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, Estados Unidos, Venezuela y Colombia” (Grimaldos, Daniel, 2020, p.9).

Este tipo de ave si se puede adaptar para lo que es la explotación de los huevos de codorniz, dado sus dos factores importantes, el alto rendimiento reproductivo genera que se pueda contar con más especies para obtener mayor cantidad de huevos, es decir, con el aumento del número de especies crece el número de huevos disponibles para la venta.

3.3.1.12 Mercado

Gutiérrez y Mejicano definen mercado como “Conjunto de todos los clientes reales y potenciales de un producto en un entorno determinado. (Buyer persona). Los clientes son muy numerosos, están demasiado dispersos y sus gustos y preferencias, necesidades y costumbres adquisitivas son demasiado diversas” (2020).

En el mercado se pueden encontrar dos partes, a saber: oferentes y demandantes. Se busca establecer un vínculo comercial entre estas para realizar la transacción de productos o servicios.

En el mercado pueden participar varias partes, cada una intentando satisfacer sus gustos, necesidades y preferencias, que se relacionan con la compra, venta de algún producto o servicio.

A cualquier mercado se le puede sacar provecho, si se identifica qué se desea, cómo se desea, si se estudia, si se trazan objetivos realistas, de esa manera puede enfocarse.

Capítulo IV

Presentación y análisis de resultados

4.1 Estudio de mercado

Este estudio de mercado presenta los resultados obtenidos de una entrevista estructurada, realizada a la población total, en este caso, son 11 comercios tipo supermercados en la zona de Liberia, Guanacaste, los resultados se exponen mediante la utilización de la técnica Análisis de las 4 P, donde se muestra aceptación del producto, precio, promoción y punto de venta, además, intención de compra de los comercios, perfil del consumidor y otros.

4.1.1 Análisis de las 4 P

Las cuatro P del marketing son: producto, precio, punto de venta y promoción. Estos son los cuatro elementos básicos con los que el profesor de contabilidad estadounidense E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing en 1960. Cuatro variables del marketing mix conocidas como "las 4P del marketing". (Botey, 2022, párr.1)

Según el texto anterior, estos elementos son muy importantes para la realización de un estudio de mercado, que a la postre, ayudarán para desarrollar una estrategia de mercado, pero para ello hay que tener muy bien definidos estos cuatro conceptos y conocer muy bien nuestro producto por comercializar.

4.1.1 Producto

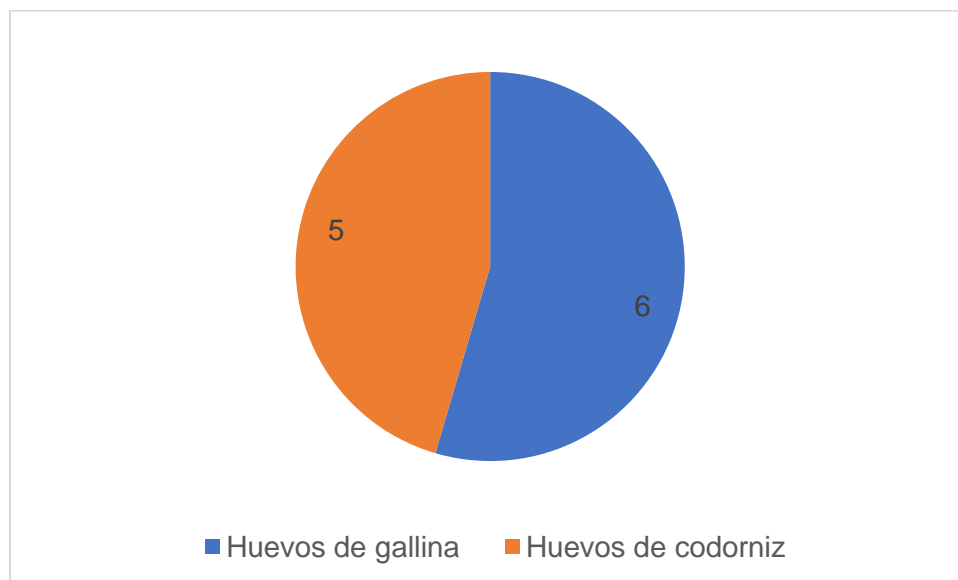
El producto que pretende comercializar Huevos Codorniz La Arena es el huevo de codorniz, que está presente en la gastronomía española, son huevos aún más pequeños que los de las gallinas, pero estos se diferencian por ser una fuente rica en proteínas, contienen calorías y grasas en pocas cantidades, por lo que es

recomendable consumir en un tipo de comida saludable, también aportan una ligera cantidad de vitaminas que ayudan al funcionamiento del organismo.

Como se identifica en la figura 4, la población a la que se le aplicó la entrevista estructurada es de 11 comercios. Con los datos obtenidos, el producto que ellos más venden en su negocio es el huevo de gallina con un 55 % y el otro 45 % los disponen a la venta de huevos de codorniz.

Figura 5

La venta de huevos de codorniz o gallina en el establecimiento



Nota: En la figura anterior se logra ver los productos que vende el establecimiento.

Así mismo, de los 11 comercios, se logró identificar que el producto que más venden son los huevos de gallina, también se pudo observar que venden un poco porcentaje de huevos de codorniz, ya que el más común para las personas es el huevo de gallina.

4.1.2 Precio

En relación con la encuesta aplicada a los diferentes supermercados de Liberia, Guanacaste, se logra determinar el precio que están dispuestos a pagar los comercios interesados. 6 de ellos indica que estarían preparados a comercializar los

huevos de codorniz a un precio de ¢250 la unidad, mientras 5 de ellos indica que ese precio les parece un poco elevado y por eso no invertirán en el huevo de codorniz.

Figura 6

Disposición de los comercios a vender los huevos de codorniz a un precio de ¢250 la unidad



Nota: En la figura anterior se observa el resultado de los clientes si están dispuestos al precio del huevo de codorniz.

Así mismo, como se observa en la figura 7, para el pago de los proveedores, 9 de los comercios necesita al menos 30 días de crédito para poder realizar el pago correspondiente, 2 de ellos paga de contado, sea con efectivo o depósito bancario, acorde con las necesidades del momento del pago. Esto indica que las ventas a los comercios deben ser a crédito, recuperables a 30 días plazo como mínimo.

Figura 7

Forma de pago utilizada por los comercios, para cumplir con las obligaciones con sus proveedores



Nota: En la figura anterior se puede observar los métodos de pago de los comercios.

4.1.3 Promoción

Con la promoción se buscará llegar al público objetivo, que será el cliente que va a adquirir los huevos de codorniz. Para la empresa es mejor utilizar canales como ir directamente al punto de venta (en este caso, los supermercados), para promocionar el producto estrella. De esta manera, se puede hacer publicidad explicando los beneficios nutricionales que aporta este. Sería importante explicar a los clientes del supermercado esos beneficios, porque al final son ellos los que van a adquirirlos.

Además, se puede promocionar con anuncios en motores de búsqueda y el Marketplace, que se encuentra en algunas redes sociales.

4.1.4 Punto de venta

El proyecto se trata de la producción y comercialización de huevos de codorniz, es por ello por lo que el enfoque de mercado se centra en supermercados y empresas hoteleras con el fin de ver la viabilidad del producto. Entonces, los posibles puntos de venta donde se va a colocar el producto serán todos aquellos que quieran vender el producto, tomando como base los resultados de la investigación para la ejecución del proyecto, mediante el estudio de mercado realizado y de acuerdo con la viabilidad obtenida.

4.1.5 Oferta

Como resultado del sondeo personalizada hecha a los distintos supermercados de Liberia, Guanacaste, se puede observar que el producto que más compran los clientes es el huevo de gallina según los 11 comercios ya que este producto es uno de los más comunes en la gastronomía costarricense y forma parte de la canasta básica.

Figura 8

Frecuencia de compra de los clientes finales de huevos de codorniz y gallina



Nota: Con respecto a la figura anterior, se observa la frecuencia de compra de los huevos de codorniz

En la figura 8 se puede observar que hay clientes que compran huevos con mucha frecuencia y otros que no, 8 de los comercios, de la clientela dice que compra huevos una vez al mes, esto quiere decir que consumen muy poco, dependiendo de la cantidad que compren, los 3 comercios dicen que compra diariamente, entonces, es de la población que come huevo diariamente.

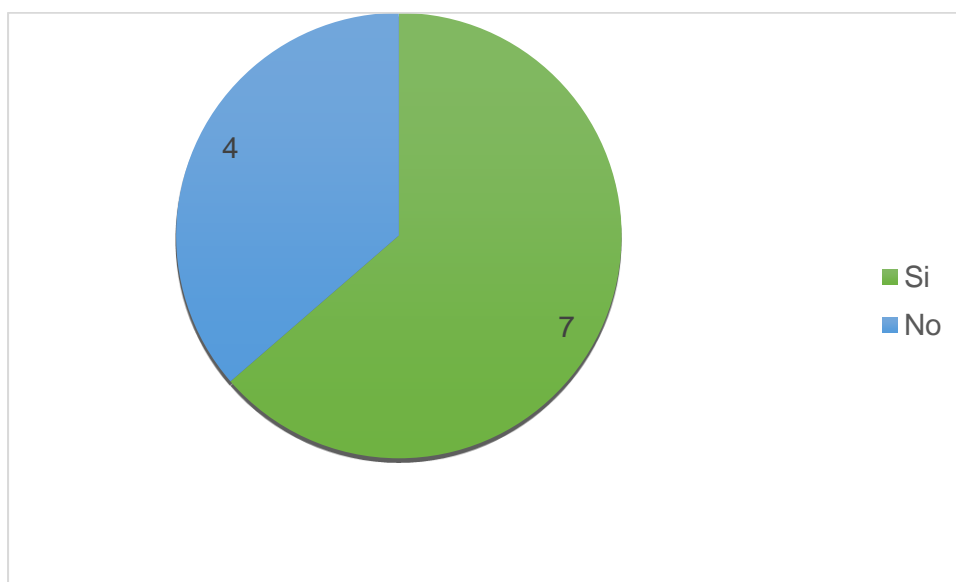
4.1.6 Demanda

En cuanto al consumo de huevos de codorniz en Liberia, Guanacaste, o en el extranjero. Con respecto a la intención de compra en el mercado extranjero, 7 de ellos dice que los huevos de codorniz son comprados más que todo por el mercado extranjero y 4 de los comercios dice que el mercado extranjero no lo compra. Con respecto a los que marcaron que no dieron algunas opiniones sobre eso, se dice que

las personas de la zona también los consumen, porque tienen estas aves en sus casas o lo consumen por su valor nutricional.

Figura 9

Compra del mercado extranjero



Nota: En la figura anterior es sobre la compra al mercado extranjero.

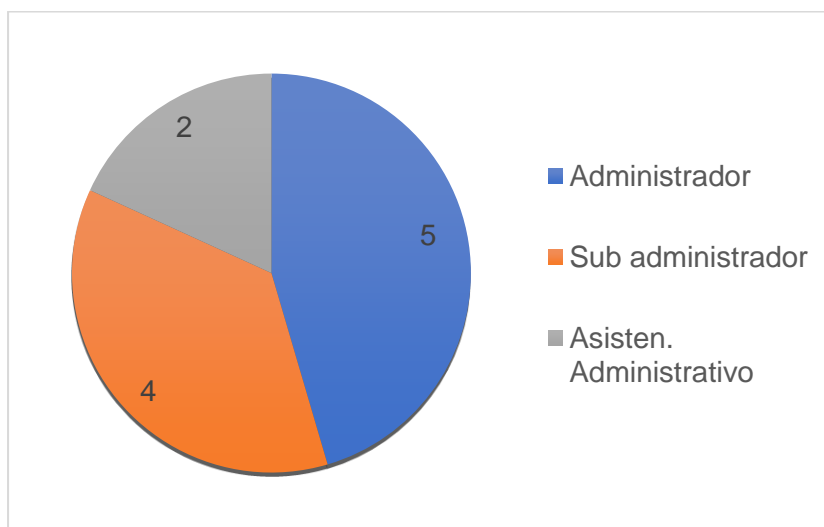
4.1.7 Perfil del consumidor

El producto que comercializa Huevos Codorniz La Arena de la zona de Liberia. Estos representan a los clientes directos de la microempresa, los cuales venderán el producto a un consumidor.

Como se observa en la figura 10, los puestos que desempeñan las personas que pertenecen a los supermercados que se les realizó el sondeo, la mayoría es el administrador, ya que equivale a una cantidad de 5, el puesto que le sigue es de subadministrador con un porcentaje son 4 y, por último, está el puesto de asistente administrativo son de 2.

Figura 10

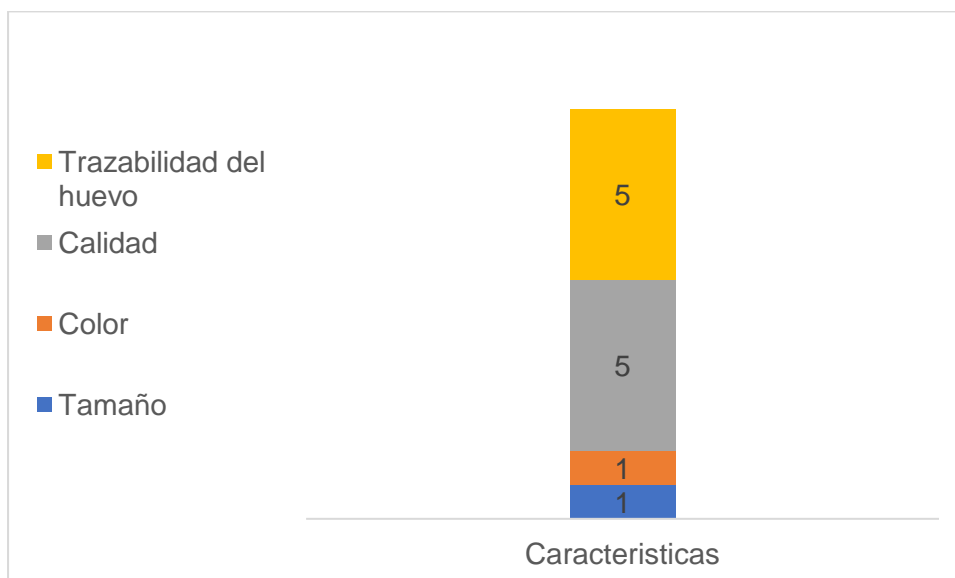
Puesto que desempeñan las personas entrevistadas de cada comercio



Nota: Con respecto a la figura anterior es sobre los puestos que desempeñan los colaboradores entrevistados de cada comercio.

Figura 11

Características principales preferidas por los comercios al momento de adquirir huevos de codorniz y/o gallina



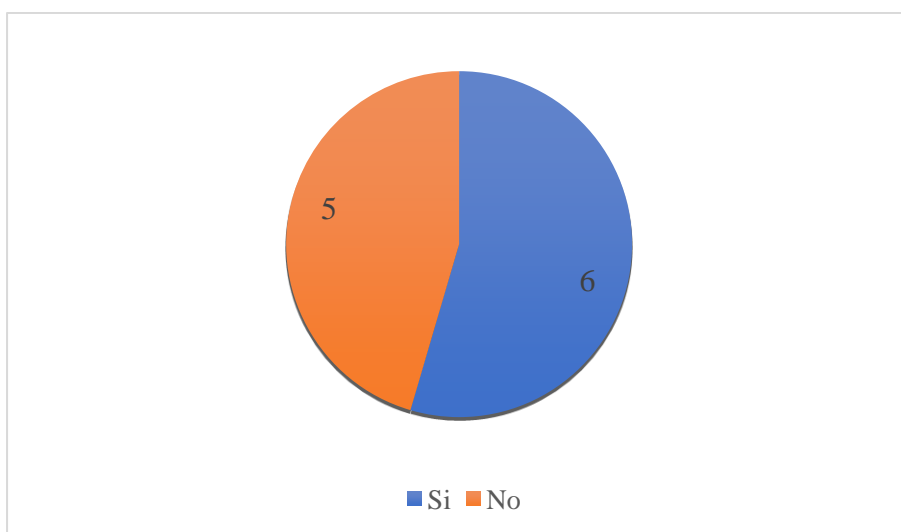
Nota: En la figura anterior es sobre lo que buscan los consumidores en el producto.

En la anterior figura, se logra apreciar que los consumidores, en su mayoría, en el momento de adquirir los productos, fijan su atención en variables como la calidad del producto y la trazabilidad del huevo, es decir, información o datos que les permitan saber de dónde son las codornices, o bien, en qué condiciones se encuentran las codornices ponedoras de dichos huevos.

En la figura 12 se puede observar que conocen la preferencia de los clientes por los huevos de codorniz. 5 de los comercios dice que sí conocen la preferencia de sus clientes a la hora que compran los huevos y 4 de ellos que no conoce cuáles son esas preferencias que tienen los clientes hacia los huevos.

Figura 12

Opinión de los comercios en cuanto a la preferencia de los clientes finales en el momento de comprar huevos de codorniz



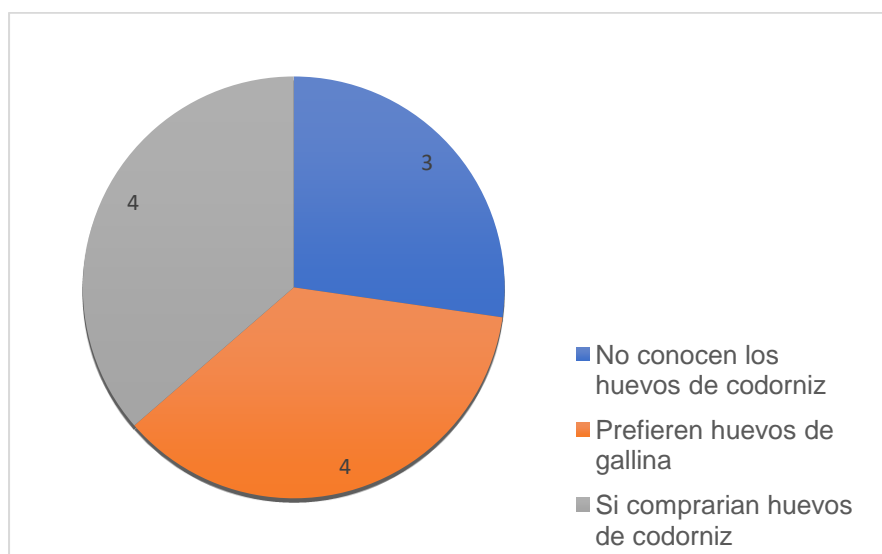
Nota: En la figura anterior se dice cuáles son las preferencias de los clientes por los huevos de codorniz.

Por otra parte, como se observa en la figura 12, los costarricenses comprarían huevos de codorniz, según 8 de los comercios, pero en la actualidad, prefieren comprar los huevos de gallina, esto puede darse por un tema de cultura local, puesto

que tradicionalmente se come mucho el huevo de gallina, o bien, según lo que menciona 3 de los comercios restante, por un tema de desconocimiento que los huevos de codorniz pueden ser una alternativa viable a los huevos de gallina.

Figura 13

Opiniones de los comercios sobre el mercado local en el momento de comprar o no los huevos de codorniz



Nota: En la figura anterior se refleja la opinión que dieron los comercios al respecto de si los nacionales compran huevos de codorniz.

4.1.8 Comercialización

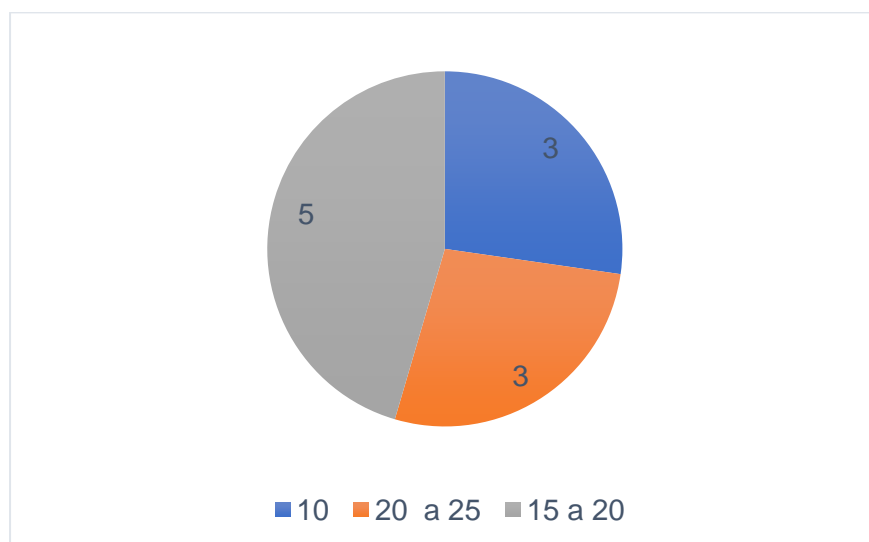
Como se observa en la figura 14, la presentación del producto para ser mostrado y ofrecido al consumidor final puede variar en tamaños y presentaciones, acorde con cada necesidad y experiencia del comercio.

La presentación de la caja de 15 a 20 unidades muestra una aceptación de 5 de los comercios, por otra parte, la caja de 10 unidades es preferida por 3 de los

comercios y, por último, la caja de 20 a 25 unidades tiene una aceptación igual a la anterior de 3. La presentación de 30 unidades no es preferida por ningún comercio.

Figura 14

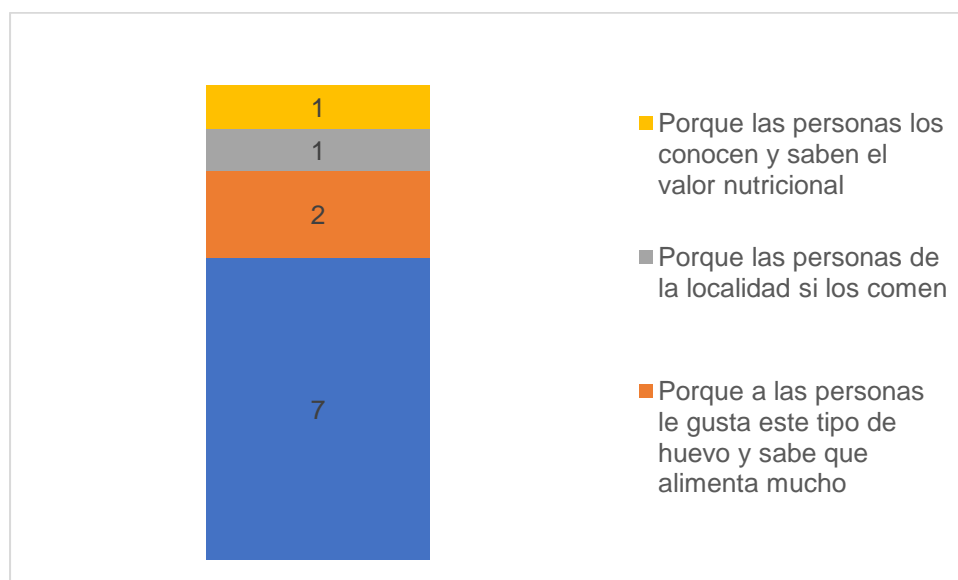
Preferencia de los clientes finales, en cuanto a la presentación del producto al momento de adquirirlo en los comercios entrevistados



Nota: En la figura anterior se observa las cantidades que prefieren los clientes

Figura 15

Los huevos de codorniz no son comprados solo por el mercado extranjero



Nota: En la figura anterior se dice que los huevos de codorniz no solo lo consumen los extranjeros.

Respecto a la figura anterior, se dice que los huevos de codorniz no son comprados solo por el mercado extranjero⁷ de ellos dice que a las personas de la zona les gustan, porque algunos tienen codornices, de segundo, 2 de ellos dice que a las personas les gusta ese tipo de huevo porque alimenta mucho, 1 de ellos aduce que las personas de la localidad sí los consumen de la misma manera que el anterior dice 1 de ellos responde que los conocen y saben que tienen un valor nutricional.

Por otra parte, se logra determinar que los 11 comercios cuentan con proveedores de huevos de gallina y/o codorniz. Esto es normal, si se toma en cuenta que el huevo de gallina es un producto altamente consumido por las familias costarricenses de clase medio-baja, que son mayoría en todo el territorio nacional.

En conclusión, después de analizar el Estudio de Mercado, muestra que hay buen grado de aceptación de producto. Aunque algunas personas no lo conocen y otras no conocen de sus beneficios, los comercios entrevistados consideran que sus clientes sí los consumen. Estos resultados podrían resultar de mucha utilidad para la pequeña empresa, para llevar su producto a alguna zona específica, o bien, expandirse en el mercado regional.

4.2 Estudio técnico

Después del conocimiento del mercado y lo que esperan los clientes de nuestra microempresa, esta va a funcionar de la siguiente manera, la cual va a constar de la producción de huevos de codorniz, por lo que el presente estudio tiene como objetivo determinar el valor económico de los recursos necesarios para la operación, en este se van a dar a conocer lo que son los elementos relacionados con los procesos que se debe realizar, ubicación de microempresa, distribución, infraestructura, los costos y gastos del proyecto se examinan, a medida que se desarrolla el estudio técnico.

Con la ayuda de este análisis, la empresa puede decidir el tamaño de la instalación de producción y delinear los pasos necesarios para crear un proceso efectivo que satisfaga la demanda del cliente. A continuación, se desarrollará lo mencionado.

4.2.1 Localización

4.2.1.1 Macro localización

Proceso productivo

La cunicultura es un proceso sencillo de practicar, lo primordial a la hora de establecer esta actividad es el establecimiento en el cual van estar las aves para la producción, según las investigaciones realizadas para la obtención de información, para llevar a cabo este proyecto, en el lugar donde van a estar las aves debe ser un área limpia y de un ambiente fresco e iluminado, ya que las aves necesitan de luz para una mayor producción, lo más recomendado es una iluminación natural y no artificial, es importante también tomar en cuenta que para una mejor higiene, lo más recomendado es tener las aves en jaulas áreas y no nivel de piso.

Luego como segunda etapa corresponde a la colocación de las aves en las respectivas jaulas, dependiendo de la cantidad de aves, estas deben ser colocadas en lotes diferentes, para evitar fatiga entre ellas y un menor margen de mortalidad de las aves.

Las aves, desde su adquisición hasta su producción del huevo como tal, duran aproximadamente 40 días, lo cual es una producción que se da en corto plazo, comúnmente ponen de 4 a 5 huevos por semana por cada ave, dependiendo de la alimentación proporcionada. Se debe tomar en cuenta que, una vez adquiridas las aves, deben ser vacunadas antes de empezar con su desarrollo, ya que son aves muy delicadas y requieren de un excelente cuidado después de sus primeros días de nacidas.

Como tercera etapa y la importante de todas es su alimentación, de esta depende su nivel de productividad, cuando las aves están en su primera semana se debe alimentar con concentrado, que se le conoce como inicio, ya que este va a proporcionar lo que la ave necesita para su crecimiento, una vez finalizada su etapa de inicio, se prosigue con el desarrollo del ave, el cual consiste en otro tipo de alimentos y concentrados, de igual forma, a los alimentos se les puede agregar más nutrientes, tales como el calcio, hierro y vitaminas, para suplementar su alimentación, cabe recalcar que, por cada etapa de alimentación que llevan las aves, cambia la porción que se les da que va desde los 10 g cuando están pequeñas, hasta los 25 gramos, cuando llegan a su etapa adulta.

Figura 16

Macro localización

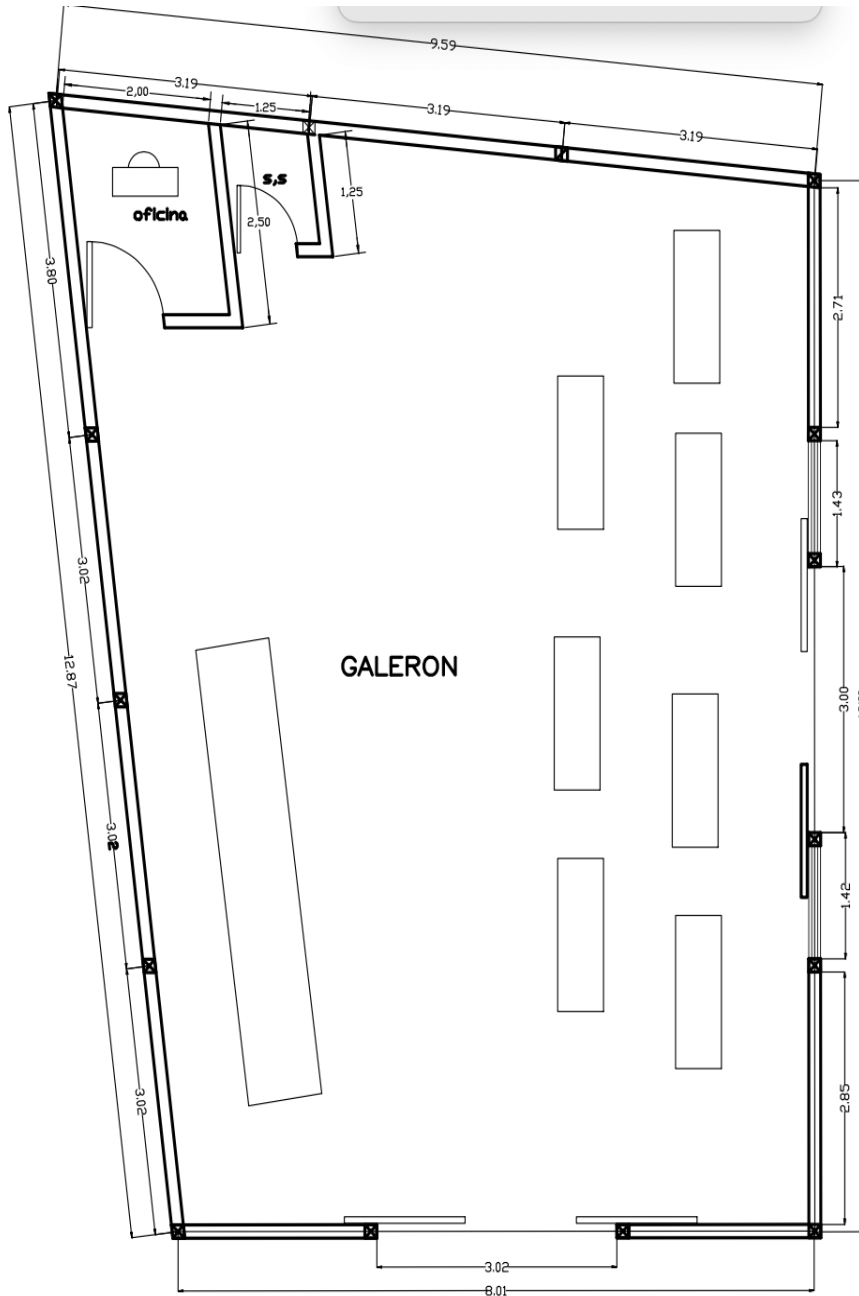


Nota: En la figura anterior se pueden ver los distritos de Liberia y el principal donde está ubicada la microempresa que está en Liberia.

4.2.2 Distribución de la infraestructura

Figura 17

Distribución de la planta de producción de la empresa



PLANTA DE DISTRIBUCION esc: 1/50

Nota: En la figura anterior se logra ver cómo será la distribución de la empresa.

En la figura 16 se observa la distribución de la planta de producción de la empresa Huevos de Codorniz La Arena. El área del terreno es de 156 m². La planta está distribuida de tal manera que hay siete jaulas, amplias, de 1 m de largo, 40 cm de fondo y de alto aproximadamente 1,5 m donde estarán las codornices. Las jaulas tienen seis estantes, de aproximadamente 25 cm de alto cada espacio y en cada espacio tendremos 23 codornices, con suficiente espacio para que estén en buenas condiciones. Según la distribución hay más espacio, para posteriormente invertir en más jaulas y aumentar la capacidad.

En la planta también hay una mesa grande, al lado izquierdo, en esta se empacaron los huevos y quedaron listos para la distribución. Se observa también, en espacio para una oficina, que será de gran utilidad para la administración. Contiguo a la oficina están los baños para que todas las personas puedan utilizarlos.

4.2.3 Etapas del proceso productivo

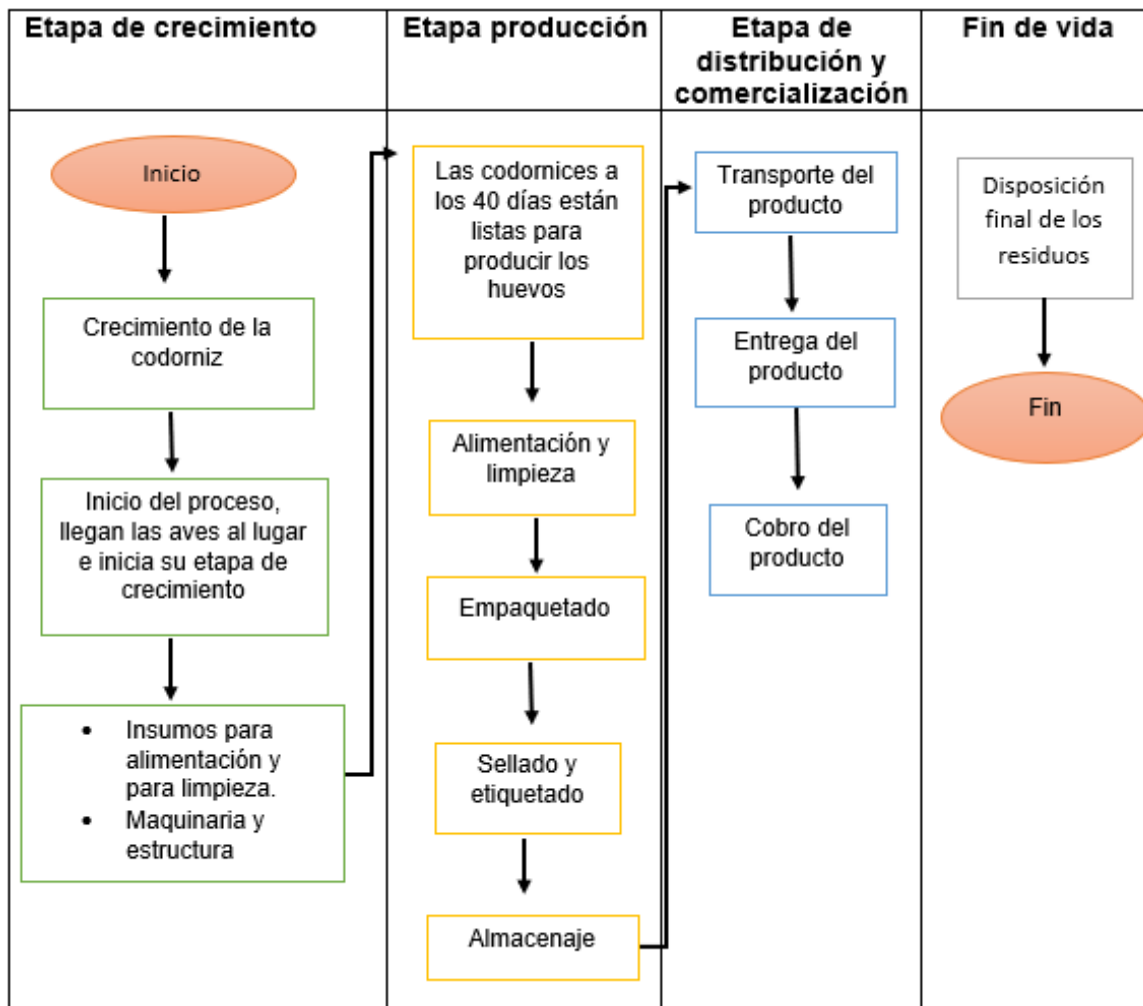
La comercialización de huevos de codorniz tiene una etapa para su producción. A continuación, se detallará los procesos que se lleva a cabo para la producción de los huevos. Está lo que es la productividad y empaquetado del producto, mediante cuatro etapas: está lo que es el crecimiento del ave, producción del huevo, distribución y transporte y fin de vida.

Las etapas se pueden visualizar en la figura 18.

La etapa de producción del huevo y empaquetado del producto consiste en diferentes procesos que van a variar de acuerdo con el producto por realizar.

Figura 18

Flujograma de procesos



Nota: En la figura anterior se observa el flujograma de la empresa. Son los pasos que deben seguir.

El proceso de producción se representa en la figura anterior, de acuerdo con los pasos que se debe cumplir para que cada producto llegue a manos de los clientes. A continuación, se da una explicación más detallada de cada una de las etapas mencionadas.

A. Etapa de crecimiento

El período de incubación de 16 a 17 días de la codorniz da como resultado pollos que pesan entre 8 y 10 gramos cuando nacen. Crecen bastante rápido, llegando a más del doble de tamaño y peso en solo las primeras tres semanas de vida.

Las codornices alcanzan rápidamente la madurez sexual. Así es como las hembras comienzan a poner huevos a los 40 días de nacido, y los machos lo obtienen entre los 35 y 42 días de nacido, o sea, de 5 a 6 semanas. Al final de su elaboración, pesan entre 110 y 120 gramos, y este proceso solo lleva ocho semanas.

B. Etapa de producción

La codorniz se caracteriza por ser una excelente ponedora, en promedio, produce de 23 a 25 huevos por mes, o de 250 a 300 huevos al año. Los huevos varían en peso desde 10 gramos en promedio hasta 15 gramos en su punto más pesado. La alimentación, la edad de las ponedoras y la temperatura ambiente son las tres variables que tienen los mayores efectos sobre el peso del huevo.

Es importante recordar que, para producir huevos, las hembras designadas para este propósito no deben estar en presencia de machos. Esto se hace en un esfuerzo por evitar producir huevos embrionados, ya que los huevos infértiles se pueden conservar durante un período más largo, porque no hay ningún tipo de desarrollo embrionario.

El empaquetado, sellado y etiquetado, cuando los huevos están listos, se procede a realizar el proceso de empaquetado, el cual consiste en colocar los huevos en una bandeja, dependiendo de la cantidad que sea. Una vez el producto está

empacado, se empieza con el etiquetado, esto se realizará mediante el uso de una etiquetadora manual. La etiqueta debe cumplir con todas las normas de lineamientos de etiquetados que da el Reglamento Técnico Centroamericano.

Respecto al almacenaje, cada bandeja lista, será almacenada en una bodega a temperatura ambiente.

C. Etapa de distribución y comercialización

Las bandejas de huevos ya listas empacadas y almacenadas, este producto no se mantendrá muchos días almacenado. El mismo día o en la misma semana será distribuido a los lugares destinados.

La comercialización del producto presenta dos procedimientos, que son el transporte y la entrega del producto.

El producto será entregado dos veces por semana. Se realizará por medio de una buseta y se llevará el producto a los supermercados.

Además, el producto se entregará al comercio en cajas para tener una mejor presentación.

D. Etapa final

Cuando esté todo listo, se deberá hacer limpieza de las áreas que se utilizó para la producción del producto, así como las herramientas que se usaron.

Las codornices que ya tuvieron su vida útil de producción serán vendidas a negocios que se dediquen a la venta de ellas.

4.2.4 Activos necesarios para el proceso productivo

Dado que no se cuenta con los materiales e insumos necesarios para operar, se deben hacer todas las cotizaciones respectivas para hacer la inversión de la

compra de los activos que se requiere, empezando por la infraestructura y las jaulas que se necesita para organizar las aves.

Tabla 7

Activos necesarios para el proceso

Activos	Cantidad
Codornices	1000
Materiales de construcción	8
Jaulas	7
Total	1015

Nota: En la tabla anterior se detalla los datos de los activos que se necesita para el proceso.

4.2.5 Costos Hundidos necesarios para el proceso

Al ser un proyecto nuevo, no se cuenta con los materiales, instrumentos y todo lo necesario para poner en marcha el proyecto, se debe comprar la mayoría para poder ejecutar el proceso de producción, es por ello por lo que se hace una cotización y un análisis de los costes de los insumos necesarios para poder operar y, la mayoría de ellos, perderán su valor con el pasar del tiempo, en estos se registran como parte de los costos hundidos que conlleva este proyecto de producción.

Por ejemplo, uno de los costos hundidos más notable es posiblemente la compra de las codornices, ya que la tasa de mortalidad es de un porcentaje alto, entonces, esto implicaría una pérdida, así como otros insumos. Sin embargo, los costos hundidos son más específicos en los activos que ya se tiene, que pueden contribuir a la facilitación del proceso de operación, entonces, quiere decir que sí tendrán una depreciación.

Tabla 8*Costos hundidos para el proceso*

Activos	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Total
Terreno	1	Metros	\$9083,97

Nota: Se ve reflejado la unidad de medida y el valor de terreno**4.2.6 Balance materia prima**

La materia prima es primordial en todas las empresas porque representa los insumos necesarios para poder producir. En este caso, los insumos de materia prima no son tan variados, pero sí pueden llegar a representar un alto porcentaje del total de los costos, por esto, es importante identificarlos y customizarlos de buena manera. En la tabla 9 se tiene la materia prima necesaria para la producción de 500 cajas de huevos codorniz.

Tabla 9*Balance materia prima*

Material	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
Concentrado (Corina)	Kilogramo	175	\$0,64	\$112
Cajas	Unidades	500	\$0,50	\$246,04

Nota: Se puede observar la cantidad y la unidad de medida de la materia prima.**4.2.7 Insumos necesarios para el proceso**

En la tabla 10 se presentará los insumos necesarios para la ejecución del proyecto, estos se dividen en alimentación, estructura y limpieza. En la tabla 11 se muestra los datos para la estructura.

Tabla 10

Insumos para el proceso

Insumos	Unidad de Medida	Cantidad de unidades	Periodicidad
Insumos de alimentación			
Concentrado	kilogramo	600	Mensual
total			
Insumos de limpieza			
Cloro	unidades	4	Mensual
Guantes	unidades	1	Anual
Botas de hule	unidades	1	Anual
Anteojos	unidades	1	Anual
Cepillo	unidades	1	Mensual
Jabón en polvo	unidades	4	Mensual
Escoba	unidades	1	Mensual
Total			

Insumos de Empaquetado		
Plástico	unidades	3
Cajas de Cartón	unidades	136
Subtotal		139
total		

Nota: Estos son los datos para la inversión de la producción de la microempresa.

4.2.9 Datos necesarios para la estructura

En la siguiente tabla se detallará cuáles son los insumos que la microempresa va a utilizar en su producción.

Tabla 11

Datos para la estructura

Insumos	cantidad de unidades
cemento	35
Lámina zinc #28	40
tubo cuadrado 72*72	35
Arena blanca	12
Piedra Gris	10
Perfil Galv 70*50	30
tubo cuadrado 25*25	25
cedazo malla 1*1	30
Subtotal	217
impuestos	
Total	

Nota: Descripción de los insumos que utilizará la microempresa.

4.3 Estudio organizacional

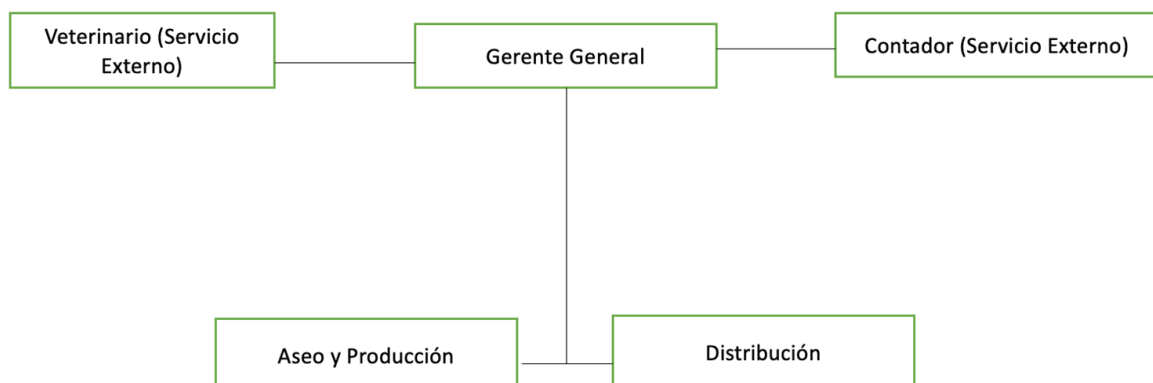
En el estudio organizacional se puede encontrar lo que es el organigrama de la microempresa, la descripción del perfil de los puestos, donde se explicará cada uno de los puestos de la microempresa. También, se podrá observar un diagnóstico de la situación actual de la empresa, que conlleva lo que es el análisis de las 5 fuerzas de Porter, así como un FODA, la misión y visión de la microempresa y sus objetivos estratégicos.

Al considerarse una microempresa, no requiere de personal altamente capacitado, ni de personal en cantidades para poder solventar todas las labores que se debe desarrollar, por el contrario. Se requiere la contratación de no más de dos personas, tal como lo muestra el siguiente organigrama.

4.3.1 Organigrama

Figura 19

Organigrama de la empresa



Nota: En la figura anterior se puede observar cuál será la organización de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena.

4.3.2 Perfil de los puestos de la organización

Gerente General: Se puede destacar varias funciones. Al ser una microempresa puede que este tenga que trabajar en otras áreas y desempeñar múltiples papeles para asegurar el correcto funcionamiento de la empresa.

- **Planificación:** Debe tener una visión clara del futuro de la empresa y trabajar de acuerdo con los objetivos. Debe tomar decisiones y evaluar riesgos que tendrá la empresa, puesto que la industria vende un producto que no es fundamental. Debe planificar estrategias para mercadeo.
- **Administración:** El gerente general siempre debe supervisar el desempeño de toda la empresa, incluye desde la parte contable, el trabajo de los colaboradores y asignar tareas que ayuden a cumplir los objetivos. Debe llevar la delantera de forma efectiva.
- **Finanzas:** Junto con el trabajo del contador, estará encargado de elaborar presupuestos y planificar gastos para que nunca falte la materia prima para las codornices. También estará encargado de las cuentas por pagar y las cuentas por cobrar.
- **Suministros:** coordinar con proveedores y clientes para conseguir los suministros necesarios, distribuir productos, y sostener buena relación a largo plazo con ellos.

Contador (servicio externo): Las responsabilidades son de acuerdo con las necesidades de la empresa. Incluye la elaboración de libros contables, registrar las transacciones financieras de la empresa y, también crear los estados financieros adecuados y con precisión.

Veterinario (servicio externo): Este es un servicio especializado que brindaría diagnósticos y trataría las posibles enfermedades, lesiones de las codornices, así como las plagas que puedan existir.

Además, brindará asesoramiento a la pequeña empresa sobre la alimentación y cuidado de las codornices. También puede brindar información en forma de prevención como vacunas para mantener a las aves con buena salud y bienestar.

Producción y Aseo: El encargado de aseo es el mismo funcionario que estará encargado de la producción de la empresa. Tendrá las siguientes funciones:

Todos los días a las 6 a.m. debe estar abriendo la planta de producción para empezar con las labores que tenga pendientes para el día.

Debe limpiar y almacenar los suministros en las áreas que se hayan designado.

Mantener los suministros de limpieza en buen estado y mantener el inventario adecuado para que siempre pueda desempeñar sus tareas de manera eficiente. Cuando hay que realizar reparaciones y mantenimiento este debe realizar reportes.

Con la parte productiva este debe mantener la operación fluyendo, a saber: recolección de huevos y almacenarlos de forma segura. Esto lo hará por las mañanas, máximo a las 10:00 a.m. y por la tarde, de ser necesario, a las 5:00 p.m. puede realizar una revisión, por si es necesario recolectar huevos nuevamente.

Junto con el gerente general, en ocasiones será necesario ir en busca de los suministros que sean requeridos, para poder cumplir con las distintas labores que se presente.

Distribución: Este colaborador estaría encargado de cargar los huevos de codorniz en el vehículo destinado para el reparto y asegurarse de que estén seguros hasta llegar a su destino. También, sería el encargado de planificar y ejecutar las rutas

para hacer las entregas de manera eficiente. Otra de sus tareas es tener registros muy precisos de las entregas realizadas. Al ser una pequeña empresa, también ayudaría en otras áreas, como la de producción y limpieza.

4.3.3 Diagnóstico de la situación actual de la empresa

En esta sección se examinará la situación actual de la empresa Huevos de Codorniz La Arena, con el objetivo de crear un plan de acción que le permita mantener la estabilidad del mercado y cumplir con los objetivos de crecimiento. Así como las 5 fuerzas de Porter, un análisis FODA, la misión y visión de la microempresa y sus objetivos estratégicos

4.3.3.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter resultan muy importantes para poder penetrar el mercado y ser competitivos en la industria. Permitirá tener conocimiento de la industria y, a partir de eso, crear estrategias para poder desarrollarse de manera competitiva y, eventualmente, posicionarse.

4.3.3.1.1 Amenaza de Nuevos Competidores

Esto será tanto nuevos competidores como nuevos productos. Es posible que, si el emprendimiento va bien, tiene rentabilidad, sea rápidamente llamativo y existan más competidores en la industria.

Si se diversifica el mercado, es probable que muchas empresas vayan tras el mismo proceso.

Podría trabajarse para crear barreras que dificulten la entrada de nuevos competidores en la industria.

- Disminución de costos por unidad aumentando la capacidad instalada y, por lo tanto, la producción.
- Crear una imagen de marca que se posicione en la mente de los consumidores, trabajar en publicidad y siempre brindar buen servicio al cliente.
- Trabajar para conseguir materia prima favorable y de bajo costo, pero siempre de buena calidad.

4.3.3.1.2 Poder de Negociación de Proveedores

En algunas ocasiones, los proveedores tienen la capacidad de amenazar a la industria, eso por el poder que tienen y por las características de los productos que distribuyen, y por cómo son decepcionados por los que compran los productos.

- Los proveedores se vuelven fuertes cuando no hay productos sustitutos que satisfacen las necesidades de la demanda. En el caso de la empresa, tiene varias opciones a sus alrededores para buscar a los mejores proveedores, siempre buscando las mejores condiciones.
- Sería importante ser un cliente fuerte e importante para el proveedor, que se cree confianza, para de esa manera, ofrecer mejores condiciones como créditos o primicias.

4.3.3.1.3 Poder de Negociación de Clientes

Para que los clientes se queden en una industria que tiene escasa demanda, es importante poder negociar, debe tener esa habilidad. Los clientes pueden influir en la rentabilidad, puesto que pueden forzar a la empresa a bajar los precios o, incluso, a mejorar la calidad del producto.

Se debe informar bien a los clientes los beneficios de consumir este producto, que tenga la información necesaria para que aprecien la calidad. Con eso se identificaría la cartera de clientes.

4.3.3.1.4 Rivalidad Entre Competidores Existentes

Esta fuerza permitiría a la empresa siempre brindar la mejor calidad de producto. Si es una empresa que busca llevar la delantera, sobresalir, sin duda, aprovechará que existan empresas que comercialicen productos iguales o sustitutos.

La competencia ayudará a definir cuán rentable puede ser en determinado sector.

En el caso de la empresa (nombre de la empresa) la rivalidad puede basarse en precios de venta, costos de fabricación y algo muy importante, será crear algo diferenciador, como la preservación de los huevos.

4.3.3.1.5 Amenaza de Productos Sustitutos

El mercado de derivados a la venta de huevos de codorniz es reducido, tanto en Guanacaste, como en los cantones de Carrillo y Liberia. Por ello, la empresa Huevos de codorniz La Arena podría aprovechar esta oportunidad para poder posicionarse en este mercado, ofreciendo un producto de calidad, poco común y con beneficios para la salud. Por lo tanto, se puede analizar que la amenaza de nuevos competidores entrantes se proyecta como baja.

4.3.3.2 Análisis FODA

El análisis FODA es una matriz que permite ver la situación actual de un comercio, así utilizando puntos positivos y negativos a través del análisis de fortalezas, oportunidades, oportunidades, amenazas de la organización. Esta herramienta estudia las fortalezas, haciendo referencia a los aspectos internos del negocio, las debilidades con las que cuenta el negocio, las oportunidades que son atractivas para el crecimiento y las amenazas que son aquellas acciones que intentan hacerle competencia al negocio.

Después de analizar la información anterior, de las 5 fuerzas de Porter, la empresa Huevos de Codorniz La Arena puede tener información de su industria y conocer cómo es que se puede desarrollar y, a partir de ahí, crear estrategias para competir.

Es por eso por lo que se puede identificar las fortalezas y las debilidades de la empresa, así como factores externos que podrían ser oportunidades y amenazas. Con eso se puede desarrollar un análisis FODA para aprovechar todo eso. El siguiente análisis FODA ofrece una visión completa de la empresa y da recomendaciones para posicionarse en la industria.

Tabla 12*Análisis FODA*

-

FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Poca competencia en el mercado. ● Terreno propio y con buen espacio. ● Precios competitivos. ● Amplia experiencia en la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Buen impacto de la tecnología de información y comunicación para dar a conocer los productos. ● Productos pocos comunes en el mercado. ● Asistir a ferias de emprendedores y capacitaciones.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Poco uso de la tecnología. ● Falta de publicidad. ● Desconocimiento del mercado de la empresa Huevos de Codorniz La Arena. ● Bajo nivel tecnológico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de precios de la materia prima. ● Surgimiento de nuevos competidores. ● Enfermedades a los animales. ● Puede haber una crisis económica o una pandemia.

Nota: En la tabla anterior se observa las fortalezas que tiene la empresa, así como las oportunidades que puede tener y también algunas debilidades que la afecten, así como las amenazas que también pueden perjudicar a la empresa.

Toda empresa o proyecto, por pequeño que sea, debe contar con su misión y visión, ya que estas muestran al público la razón de ser del proyecto que se llevará a cabo, indicando sus objetivos, lo que desea ofrecer y ser en un futuro, este resumen estratégico también sirve como guía para todos los colaboradores del proyecto, ya que se enfocará en cumplir de la mejor manera lo estipulado en estos apartados, fomentando el compromiso y deseo de ser parte del proyecto.

A continuación, se muestra la misión y visión del proyecto.

Misión de la Microempresa Huevos de Codorniz La Arena

Nuestra misión es ser líderes en la producción y comercialización de huevos de codorniz, ofreciendo productos de alta calidad que cumplan con los estándares más exigentes de frescura, sabor y nutrición, además, proporcionar a nuestros clientes una fuente confiable y saludable de proteínas, contribuyendo así a su bienestar y satisfacción, de manera que se pueda promover el consumo de huevos de codorniz como una alternativa nutritiva y versátil, fomentando un estilo de vida saludable.

Visión de la Microempresa Huevos de Codorniz La Arena

Nuestra visión es ser reconocidos como la marca de referencia en la producción y comercialización de huevos de codorniz, nos esforzamos por expandir nuestra presencia en el mercado, se busca ser una microempresa innovadora, realizando prácticas sostenibles en nuestra producción para garantizar la excelencia en nuestros productos y minimizar nuestro impacto en el medio ambiente. Se aspira a ser un modelo de negocio ético y responsable, cuidando el bienestar de nuestras codornices y promoviendo prácticas justas en toda nuestra cadena de suministro.

4.3.3.3 Objetivos estratégicos Microempresa Huevos de Codorniz La Arena

Los objetivos estratégicos sirven para establecer una guía con respecto a lo que se desea con los ingresos y egresos del proyecto, con el fin de aumentar el valor de la entidad, aumentando los ingresos y reduciendo los egresos, con el objetivo de controlar los sobrecostos del proyecto o la inversión realizada a largo plazo.

1. Realizar publicidad por los medios de comunicación más utilizados por las personas, específicamente las redes sociales, con el fin de dar a conocer el proyecto y producto por ofrecer, con todos sus beneficios, para potencializar el mercado.
2. Establecer rutas estratégicas para ofrecer el producto, además de los comercios a los cuales se les va a vender el producto, con el fin de no solo venderlo en los establecimientos, sino a todo aquel que quiera el producto, sin necesidad de trasladarse a los comercios seleccionados, con el objetivo de dar a conocer más el producto y así aumentar el nivel de ventas.
3. Invertir en el desarrollo personal y profesional de todos los colaboradores, para aumentar el conocimiento y las buenas prácticas, tanto administrativas como en los procesos de producción, para tener un mayor desarrollo organizacional de la empresa.
4. Desarrollar un proyecto que consista en la construcción de un establecimiento propio, con las condiciones adecuadas, en donde se pueda ofrecer el producto y llame la atención de los clientes.
5. Analizar el proceso productivo una vez iniciado el proyecto y así poder determinar cuáles técnicas son las necesarias para que la producción, desde su etapa inicial hasta la etapa final sean las más convenientes y desechar las que no, e implementar las técnicas necesarias para mejorar el proceso productivo en cuanto eficiencia y eficacia, para reducir los costos de producción.
6. Estudiar el mercado y ver las posibilidades de alianzas estratégicas, las cuales contribuyan al crecimiento del proyecto, con el fin de aumentar los ingresos en

un corto plazo, esto permitirá que la empresa obtenga ganancias mayores y pueda invertir en el crecimiento del proyecto.

4.4 Estudio legal

Para la realización del estudio legal, se identifica las instituciones, las normativas, los procesos y los requisitos.

La Municipalidad Liberia cumple un papel muy importante en el desarrollo de empresas en la localidad. Es por eso por lo que algunos permisos, certificados, patentes se deben consultar para poder cumplir con las normas culturales, ambientales y económicas. Más adelante se detalla.

4.4.1 Ministerio de Salud

Las empresas deben contar con el permiso sanitario de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud, para poder realizar sus operaciones de conformidad con la ley.

En Costa Rica, para poder operar como empresa se necesita de los permisos del Ministerio de Salubridad, ya que estos regulan las afectaciones internas y externas de la actividad económica, a fin a realizar, ya que, si esta actividad afecta directamente a la población en temas de salud, no puede darse la orden de ejecución de la actividad, para ello, salubridad valora diferentes aspectos como, por ejemplo, la zona donde se va a dar la actividad y la población alrededor.

4.4.1.1 Permiso de funcionamiento sanitario

Para negocios de la variedad industrial, comercial o de servicios, los permisos sanitarios se transmiten para garantizar que se cumpla todos los requisitos ambientales y sanitarios durante el procesamiento del permiso y que no se infrinjan las disposiciones.

Los requisitos para esto son:

1. Tener el certificado del uso del suelo (si se realiza el trámite por primera vez)
2. Que tenga el visto bueno de la ubicación.
3. La declaración jurada.
4. Copia de la cédula de identidad, ya sea de persona física o jurídica.
5. Copia del comprobante de pago.
6. Dependiendo de las actividades del negocio, se necesitará que esté aprobada la viabilidad ambiental de Setena y el estudio de agua por el AyA.

4.4.1.2 Carné de manipulación de alimentos

Este es un requisito para todas las personas que serán parte del proceso productivo de la empresa Huevos de Codorniz La Arena, deben cumplir con las medidas de sanidad, quienes estarán en contacto con los productos deberán contar con el carné de manipulación de alimentos que otorga el Ministerio de Salud. Así como lo indica el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)

Para obtener este carné, debe aprobar un examen o prueba realizado por el INA y otras organizaciones autorizadas. Debe haber realizado un curso de manipulación de alimentos aprobado por el INA o cualquier organización avalada por el INA para realizar el curso, que debe tener una duración de 20 horas.

Requisitos para obtener el carné de manipulación de alimentos.

La persona interesada en obtener el carné de manipulador de alimentos por primera vez, deberá solicitarlo personalmente en el Ministerio de Salud, aportando los siguientes requisitos:

1. Formulario de solicitud.
2. Original y copia del certificado de aprobación del Curso de Manipulación de Alimentos expedido por el INA, o por persona física o jurídica oficializada por el INA y registrada en el Ministerio de Salud.
3. Una fotografía tamaño pasaporte reciente.

4.4.2 Municipalidad de Liberia

4.4.2.1 Certificado de zona (uso de suelo)

Para iniciar el proceso de construcción o desarrollar cualquier estructura, debe tener un certificado de uso de suelo. Para la microempresa será necesario construir una estructura donde se mantendrá las codornices. También, donde se realizará la producción de los huevos. Para lo cual se requerirá un permiso de uso de suelo, en la Municipalidad de Liberia.

Este se otorgará de acuerdo con los requerimientos de la zona. Lo cierto es que la Municipalidad tiene los siguientes requisitos:

- 1- Acercarse personalmente a la Municipalidad.
- 2- Completar el formulario que se le indicará. (detallado en la figura 1).
- 3- Adjuntar la suma de ¢ 200,00 en timbre fiscales.
- 4- La propiedad debe estar al día con los impuestos municipales.
- 5- Aportar copia de plano castrato.
- 6- Presentar Informe de registro de la propiedad.

Figura 20

Certificado de Uso de Suelo

<p>Señores: Municipalidad de Liberia.</p> <p>Estimados Señores:</p> <p>Por este medio solicito me concedan CERTIFICADO DE ZONA (USO DE SUELO)- de acuerdo al Plan Regulador vigente, de la propiedad inscrita ante Registro público Folio Real # _____, plano catastro G- _____,</p> <p>Para el proyecto de solicitar. </p> <p>Propiedad a nombre de _____,</p> <p>Dicha propiedad esta ubicada en Barrio _____</p> <p>_____</p> <p>AL DIA _____ ATRASADO _____ FIRMA _____</p> <p>Atentamente:</p> <p>_____</p> <p>Nombre de Solicitante. Firma y # de Cédula.</p>
--

Nota: En la figura anterior se verá cuáles son los datos que hay que utilizar para obtener el certificado del uso de suelo.

4.4.2.2 Patente comercial

Dado que la microempresa se encuentra ubicada en el cantón de Liberia, en este será el lugar donde se realizará el trámite de solicitud de patente comercial, en este caso. Las patentes comerciales son necesarias para la realización de obligaciones tributarias y cualquier trámite en el que la Municipalidad sea la parte interesada.

El inversionista debe consultar en la Municipalidad de Liberia, el formulario de actividades generales o poder descargarlo en <https://www.muniberia.go.cr/muni/std/53/patentes>.

Hay que tener en cuenta que tiene 30 días a partir de la fecha de constitución de su empresa para solicitar una patente comercial provisional, en nombre de esa empresa o de aquellas empresas de las que es representante legal. También se debe pagar el impuesto de la patente.

4.4.3 Ministerio de hacienda

4.4.3.1 Registro de contribuyente tributario

El dueño debe inscribir la actividad comercial y cumplir con la Ley N° 7092 del Impuesto sobre la Renta y la Ley N°6826 de Impuesto al Valor Agregado (IVA). El nuevo comercio debe inscribirse en el Ministerio de Hacienda, para ello se completa el formulario de Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario, por lo cual el dueño debe hacer uso del portal Administración Tributaria Virtual (ATV).

4.4.4 Ministerio Economía, Industria y Comercio (MEIC)

4.4.4.1 Registro PYME

Aunque no es obligatorio, todas las microempresas pueden registrar su Pyme ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). Al hacerlo, la microempresa obtiene una variedad de ventajas.

Adicionalmente, existen varios métodos para el registro de la pyme, entre ellos acudir personalmente a las instalaciones o hacerlo de forma virtual en la página web <https://www.siec.go.cr/DIGEPYME/login.jsp>. Se debe presentar la declaración jurada y demás requisitos para poder registrarse exitosamente. Estos documentos seokllki

pueden descargar y consultar en línea en la siguiente dirección: <https://www.pyme.go.cr/informacion.php?id=4>. También gratuito y válido por un año, el trámite se puede realizar en línea con una firma digital proporcionada por la microempresa.

4.4.4.2 Etiquetado del producto

El objetivo principal del etiquetado del producto es comunicar claramente las características del producto a los consumidores, así como fomentar la compra e inspirar la confianza del consumidor en el producto. Las microempresas están obligadas a seguir los lineamientos de etiquetado establecidos.

El artículo 5 de la norma “Etiquetado general de alimentos preenvasados” (preenvasados) estipula la información que debe escribir la etiqueta del producto, específicamente: nombre del producto, contenido neto y peso escurrido, registro sanitario, nombre y dirección, país de origen, identificación del lote, marcado de la fecha de vencimiento e instrucciones de conservación y así el uso de los alimentos.

4.4.5 Registro Nacional

4.4.5.1 Registro de Marca

Es importante recordar que este proceso se estima que dura cinco meses. Los requisitos, según el Registro Nacional son los siguientes:

1. Presentación de la solicitud de registro de la marca.
2. Examen de forma de la solicitud, en el que se comprueba que la solicitud cumpla con los requisitos específicos establecidos en la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y su Reglamento.

3. Examen de fondo de la solicitud, en el que se verifica que no existe similitud entre la marca que se solicita y alguna marca registrada.
4. De no existir objeción alguna de fondo, el Registro de la Propiedad Industrial emite un edicto de publicación del registro marcario.
5. El edicto se publica en el Diario Oficial La Gaceta, y una vez que el edicto ha sido publicado, terceros cuentan con un plazo de dos meses para oponerse al registro, de no existir oposición, la marca estaría siendo registrada.
6. Entrega del Certificado de Registro. Es importante mencionar que el registro de una marca tiene una vigencia de 10 años contados a partir de su inscripción, el cual puede ser renovado por períodos iguales.

4.4.6 Instituto Nacional de Seguros

4.4.6.1 Póliza de riesgos de trabajo

Para llevar a cabo la producción de huevos de codorniz, debe existir una póliza de riesgos laborales diseñada para proteger a los trabajadores de accidentes y enfermedades que ocurran en el lugar de trabajo. Las solicitudes de pólizas de riesgos profesionales se presentan ante el Instituto Nacional de Seguros (INS), lo que también es un requisito para las solicitudes de patentes comerciales y el registro como empleador ante la CCSS.

4.4.7 Caja Costarricense de seguro social

Para registrarse como patrono físico se debe acercarse a la Caja Costarricense del Seguro Social, es muy importante, porque esta tiene como objetivo proteger a los colaboradores ante riesgos y accidentes que puedan ocurrir en las labores; y eventualidades como enfermedad, invalidez, maternidad o muerte.

En Costa Rica es obligatorio el Seguro Social.

En el caso de la empresa Huevos de Codorniz La Arena debe pensar en un seguro patronal, porque cuenta con más de dos colaboradores.

4.4.8. Inscripción como patrono físico

Según el Sistema Costarricense de Información Jurídica, para inscribirse como patrono físico existen los requisitos que se menciona a continuación:

- 1- Presentar original y fotocopia de la cédula de identidad.
- 2- Fotocopia de la cédula de identidad de cada colaborador; y en caso de que sean extranjeros, se debe presentar el documento de identificación migratorio (pasaporte, cédula de residencia, carné de refugiado, entre otros). Es deseable presentar fotocopia del carné de asegurado.
- 3- Fotocopia del recibo de electricidad, a efecto de registrar el número de localización como dirección de correspondencia. Si no tiene un recibo de electricidad, se permite presentar recibo de agua o cualquier recibo de servicio público que contenga la dirección del centro de trabajo bien detallada, esto no aplica para la Gran Área Metropolitana.
- 4- Llenar el formulario de solicitud de inscripción y firmarlo.
- 5- Tener un correo electrónico y brindarle para dar acceso a la presentación de planillas en línea.
- 6- Es deseable tener número de póliza del INS.

4.5. Estudio ambiental

En este estudio se muestra cuáles son los procedimientos para registrar la marca de la empresa, así como los beneficios de acreditarse como productor PYMPA y trabajar desarrollarse de la mano con instituciones como MINAE y MAG. Siempre considerando las regulaciones y leyes ambientales que están vigentes en Costa Rica.

Brindará información valiosa para la empresa y ayudará a crear una imagen valiosa en la mente de las personas, logrando posicionarse en la industria.

4.5.1 Ministerio de ambiente y energía de Costa Rica (MINAE)

En el caso del MINAE no se cortan árboles, debido a que el predio donde se desarrolla el proceso productivo tiene una estructura no tan grande. Por lo tanto, no es necesario solicitar ninguna autorización a esta institución para la ejecución de este proyecto.

4.5.2 Ministerio de agricultura y ganadería (MAG)

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), proporciona seguridad alimenticia a los costarricenses, mediante una serie de acciones en beneficio del sector agro productivo del país, por medio de diversos incentivos y facilidades para que los pequeños y medianos agropecuarios formalicen sus actividades, acordes con los distintos requerimientos burocráticos de la actividad.

4.5.2.1. Registro de Pequeños y Medianos Productores Agropecuarios PYMPA

4.5.2.1.1 Parámetros para definir a un pequeño o mediano productor

El MAG define los parámetros de tamaño de finca para determinar a un pequeño o mediano productor agropecuario:

Figura 21

Parámetros de tamaño de finca

Finca de uso agropecuario destinadas a la producción primaria agrícola o pecuaria	Parámetro para pequeño productor (en ha)	Parámetro para mediano productor (en ha)
Pecuario grupo 1: Pastos naturales, pastos mejorados o forrajes para la producción de ganado bovino de carne o doble propósito; así como caballos y búfalos, incluye sistemas silvopastoriles	≤ 75	> 75 = 200
Pecuario grupo 2: Pastos naturales, pastos mejorados, pastos de corta o forrajes para la utilización en sistemas de producción de lechería especializada, así como estabulados y semiestabulados	≤ 50	> 50 = 125
Pecuario grupo 3: Pastos naturales, pastos mejorados, pastos de corta o forrajes en sistemas de producción de especies pecuarias menores (cabras y ovejas)	≤ 10	> 10 = 20
Pecuario grupo 4: Áreas para estanques de acuicultura de tilapia, trucha o camarón	≤ 5	> 5 = 10
Pecuario grupo 5: Granjas destinadas a la producción de cerdos, aves, conejos, abejas y zooticriaderos)	≤ 2	> 2 = 5
Plantas ornamentales, flores, follajes y productos de jardinería Grupo 1: producción de plantas vivas (no forestales) en invernadero o ambientales protegidos, vivero de cultivo de tejido	≤ 2	> 2 = 5
Plantas ornamentales, flores, follajes y productos de jardinería Grupo 2: producción de plantas vivas (no forestales) bajo cobertura sarán	≤ 5	> 5 = 15
Plantas ornamentales, flores, follajes y productos de jardinería Grupo 3: producción de plantas vivas (no forestales) a campo abierto. Incluye plantaciones de ciprés ornamental	≤ 10	> 10 = 20
Hortalizas y legumbres grupo 1: papa, cebolla, tomate, chayote, chile dulce y chile picante; incluye producción en invernadero o ambientes protegidos, así como en hidroponía	≤ 1	> 1 = 5
Hortalizas y legumbres grupo 2: lechuga, repollo, zanahoria, pepino, remolacha, brócoli, coliflor, apio, zapallo, ayote, culantro, culantro coyote, rábano, mostaza, arracache, cebollín, hongos, jengibre, berenjena, calabaza, albahaca, orégano, tomillo, ajo y demás hortalizas y legumbres; incluye viveros, además la producción en invernadero o ambientes protegidos, así como en hidroponía	≤ 1	> 1 = 3
Raíces y tubérculos: yuca, tiquisque, malanga, camote, ñame, ñampi	≤ 5	> 5 = 15
Frutales grupo 1: piña, banano, naranja, melón, sandía, mango; incluye viveros	≤ 25	> 25 = 100
Frutales grupo 2: papaya y plátano; incluye viveros	≤ 15	> 15 = 35
Frutales grupo 3: limón ácido, mandarina y otros cítricos; pipa, coco, manzana, ciruela, aguacate, fresa, mora, rambután, cas, carambola, guayaba, maracuyá, higos, manzana de agua, tamarindo, jocote, zapote, nispero, guanábana, anona, pitahaya, calmito etc.; incluye viveros	≤ 5	> 5 = 10
Café, cacao y especias: café, cacao, pimienta, canela, vainilla, incluye viveros	≤ 15	> 15 = 50
Granos básicos grupo 1: arroz, sorgo	≤ 25	> 25 = 100
Granos básicos grupo 2: frijol, maíz	≤ 10	> 10 = 50
Palma aceitera: palma africana, incluye viveros	≤ 15	> 15 = 100
Semillas, cultivos y frutos diversos; plantas medicinales, aloe vera, manzanilla, menta	≤ 1	> 1 = 3
Materiales vegetales trenzables, bambú y productos vegetales que producen fibras naturales (yute, abacá, etc.)	≤ 5	> 5 = 10
Caña de azúcar	≤ 25	> 25 = 75
Pejibaye: palmito y pejibaye para fruta	≤ 5	> 5 = 15
Tabaco	≤ 1	> 1 = 5
Cultivos energéticos: higuera, jatropa, biomasa	≤ 5	> 5 = 10

Nota: En la figura anterior se puede observar los tamaños de los parámetros de la finca.

4.5.2.1.2 Procedimiento para registrar una PYMPA

1. Apersonarse a la agencia más cercana al lugar donde se ubica la finca donde realiza la actividad productiva.
2. Copia de documento de identificación, informe registral de la finca y declaración jurada que indique el área de producción de la finca.
3. Llenar los formularios MAG.

Figura 22

Formulario para la declaración jurada del sector agropecuario

			
Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica			
ANEXO 1			
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA			
FORMULARIO PARA LA DECLARACIÓN JURADA DEL PRODUCTOR AGROPECUARIO QUE DETERMINA SU CONDICION COMO PEQUEÑO O MEDIANO PRODUCTOR AGROPECUARIO (PYMPA)			
EXCLUSIVA PARA ACTIVIDADES EN PRODUCCIÓN PRIMARIA AGRÍCOLA Y PECUARIA			
(Cada bien inmueble registrado debe declararse por separado)			
Nombre de la persona física o jurídica propietaria del inmueble:		Nombre del agricultor o empresa agrícola que declara como usuaria del inmueble (solo en caso de ser distinto del propietario del inmueble):	
Edad o año de fundación	Número de identificación		Nacionalidad
EN MI CALIDAD DE (marcar con X):			
Propietario	Arrendatario	Usufructuario	Tenencia en precario
Concesión	Parcela IDA-INDER	Asentamiento	Zona fronteriza
Teléfono	Celular	Correo electrónico	
Provincia	Cantón	Distrito	Barrio o caserío
Dirección exacta:			
Autoriza el envío de información del MAG a su teléfono celular o correo electrónico		SI	NO
Está afiliado a alguna organización		SI	NO
		Especifique:	
Identificación (no consignar guiones ni espacios entre números, sustituir los guiones por ceros cuando proceda)			
Cédula del propietario del inmueble o apoderado			

Nota: En la figura anterior se presenta lo que es el formulario para la declaración jurada del productor agropecuario.

4. En 5 días naturales, el MAG entregará la constancia al interesado.

4.5.2.1.3 Beneficios de acreditarse como productor PYMPA

1. Exención al pago del Impuesto al Valor Agregado para los arrendamientos de PYMPA con montos menores a 1,5 salarios base.

- Artículo 8 inciso 10 de la ley 9635:
- Artículo 11, numeral 5 inciso C del Reglamento a la Ley de IVA (decreto 41779)

Ambos artículos definen que: Exentos del pago IVA los arrendamientos utilizados por las micro y pequeñas empresas inscritas.

2. Exoneración del pago del Impuesto a las Personas Jurídicas establecido en la Ley 9428.

- Artículo 16 de la Ley 9428: Estarán exonerados los contribuyentes que se encuentren realizando actividades productivas de carácter permanente, calificadas como micro o pequeñas empresas debidamente inscritas.

3. Valoración del impuesto de Bienes Inmuebles para Terrenos de Uso Agropecuario con base en lo establecido en la Ley 9071.

- Artículo 3 de la Ley 9071: Las municipalidades solo podrán incrementar los valores existentes de las fincas de uso agropecuario en un máximo del 20 %.

4. Dispensa de la prueba para el control de emisiones en RTV a los vehículos de los Pequeños y Medianos Productores Agropecuarios.

Se considera vehículo de un pequeño o mediano agropecuario cuando:

- El vehículo es propiedad personal o de su cónyuge.

- El vehículo es categoría, carga liviana, carga pesada o doble tracción rural.
 - El modelo de fabricación es inferior al año 2005, inclusive.
 - Hasta dos vehículos por persona.
5. Tarifa Diferenciada para el Registro de Pozos de los Pequeños y Medianos Productores Agropecuarios (PYMPA).
- Artículo 12 del decreto 41851: Los medianos productores pagan un total de ₡132 275 y ₡66 137 para pequeños productores. El resto de registrantes pagarán ₡264 551.
6. Pagar con una Base Ajustada al Salario durante los primeros cuatro años de vida del PYMPA con una tasa reducida y con progresividad de aplicación con base en el “Reglamento para la aplicación de la Base Ajustada al Salario para Microempresas en el Seguro de Salud”.
- Artículo 1 y 2
 - Ambos pretenden incentivar la formalización de las microempresas

Existen algunas condiciones que el productor agropecuario debe cumplir:

- Máximo de trabajadores: 5.
- Periodo del incentivo: 4 años.
- No tener deudas pendientes con la CCSS.
- Certificarse como PYME o PYMPA.

Este estudio resulta ser muy importante para poder desarrollarse de forma legal y sosteniblemente. Según las leyes y regulaciones que están vigentes en Costa Rica, es necesario y de gran ayuda trabajar en conjunto con el MAG y MINAE para mejorar la imagen de la empresa en la industria.

Sin duda, el Estudio otorga información valiosa y es necesario para poder desarrollar prácticas que sean sostenibles y permitan que la producción sea responsable.

4.6 Estudio financiero

En este estudio se va a determinar la viabilidad económica financiera, para la microempresa Huevos de Codorniz La Arena, esta consiste en la comercialización de huevos en el cantón de Liberia.

Esta evaluación se realizó con el objetivo de determinar la rentabilidad del proyecto, utilizando los datos proporcionados por los estudios de mercado, legales, organizacionales y técnicos. Los dos flujos, uno en el que se prevé el financiamiento del proyecto y otro en el que no, se prepararon por separado.

En cuanto a la realización de los flujos, estados de resultado, balance, costo capital, valor de desecho u otros instrumentos, se podrá ver si la empresa será viable o no.

4.6.1 Supuestos

- A partir del año 2025 se espera que las ventas, los costos de ventas y gastos incrementen un 4 % de acuerdo con la proyección de inflación estimada por el Banco Central de Costa Rica.
- El tipo de cambio implementado para este documento es de \$550,52
- La inversión inicial es de \$21 000,00 que se financiará mediante capital social y préstamo bancario. El capital social representa un 48 % de la inversión inicial, es decir, \$10 000,00 y el 50 % restante corresponde al préstamo bancario, es decir, \$11 000,00 en un periodo de 5 años a una tasa del 12,84 %.

- El alza en el precio de los huevos de gallina del año 2022 en Costa Rica genera un escenario favorable para que se busquen productos sustitutos a este y los huevos de codorniz son uno de estos productos sustitutos, esto podría ayudar a que incrementen las ventas.
- El alto valor nutricional de los huevos de codorniz y la tendencia poblacional de los últimos años hacia los ejercicios, la vida saludable y productos alimenticios sustitutos a lo tradicional, podría llegar a generar que esto favorezca la aceptación por parte del público de los huevos de codorniz.

4.6.2 Inversión

La microempresa Huevos de codorniz La Arena no cuenta con una estructura física, es por ello por lo que esta debe realizar una inversión para la construcción de la infraestructura, la cual mide 95,07m², en la siguiente tabla 12 se puede observar que esta tiene un costo de \$6162 con una vida útil de 20 años.

Cabe destacar, que el método utilizado para la obtención de dichos resultados fue el método de línea recta, el cual consiste en distribuir el costo del activo uniformemente durante toda su vida útil, en este se debe dividir el valor del activo entre la vida útil de él, de tal manera que se puede deducir que sería el monto equivalente a impuestos durante cada uno de los años de vida útil del activo.

Es importante considerar que hay diferentes métodos de depreciación, y que el valor del activo puede cambiar con el tiempo, lo que tendría efecto en el valor de este y afectará el monto de depreciación.

Tabla 13*Inversión en Obra física*

Activo	Valor del activo	Vida Útil	Depreciación mensual	Depreciación anual
Instalaciones	\$6162	20 años	\$25,68	\$308,1
Total	\$6162		\$25,68	\$308,1

Nota: Se detalla los datos de la inversión de la obra.

En referencia a los diferentes activos que la inversionista debe tomar en cuenta para poder llevar a cabo el proyecto, en la siguiente tabla 14 se observa los activos que debe adquirir, estos tienen un costo total de \$10 801,62

Tabla 14

Inversión de activos

Activos	Cantidad	Valor del activo	Precio Total	Vida Útil	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Codornices	1000	\$4,62	\$4629,62	3 años	\$128,60	\$1543,21
Materiales de construcción	8	\$515	\$4120	10 años	\$34,33	\$412
Jaulas	7	\$293,14	\$2052	4 años	\$42,75	\$513
Total	1015	\$812,74	\$10 801,62		\$205,68	\$2468,21

Nota: En la tabla anterior se ve los datos detallados de la inversión en activos.

Además, entre los insumos que la microempresa Huevos de codorniz La Arena debe adquirir, se encuentra los de estructura, limpieza y alimentación, los cuales se pueden observar en la tabla 15 siguiente, los cuales tiene un costo total de \$7684,01 cabe destacar que los materiales que no presentan costo mensual son porque solo se adquieren una vez al año.

Tabla 15

Inversión de insumos de producción

Insumos	Unidad de Medida	Cantidad de unidades	Precio Unitario	Costo mensual	Costo anual
Insumos de alimentación					
Concentrado	Kilogramo	600	\$0,64	\$382,28	\$4587,36
Subtotal				\$382,28	\$4587,36
Insumos de limpieza					
Cloro	unidades	4	\$3,77	\$15,09	\$181,08
Guantes	unidades	1	\$2,02	\$2,02	\$2,02
Botas de hule	unidades	1	\$18,40	\$18,40	\$18,40
Anteojos	unidades	1	\$2,19	\$2,19	\$13,14
Cepillo	unidades	1	\$2,39	\$2,39	\$14,34
Jabón en polvo	unidades	4	\$6,07	\$24,30	\$291,6
Escoba	unidades	1	\$5,15	\$5,15	\$30,9
Subtotal				\$69,54	\$834,48
Insumo de Estructura					
cemento		35	\$12,54	\$438,9	\$438,9
Lámina zinc #28		40	\$13,83	\$553,2	\$553,2
tubo cuadrado 72*72		35	\$35,31	\$1,24	\$1,24
Arena blanca		12	\$18	\$22	\$22
Piedra Gris		10	\$25	\$250	\$250
Perfil Galv 70*50		30	\$20	\$59	\$59
tubo cuadrado 25*25		25	\$12,31	\$31	\$31
cedazo malla 1*1		30	\$1,67	\$50,19	\$50,19
Subtotal		217		\$1405,53	\$1405,53

4.6.3 Costos de producción, costo de ventas

Se debe analizar los costos fijos y los costos variables. Es la suma total de los costos de producción y de los gastos que se asocian a la venta de un producto.

Estos costos incluyen los costos respectivos de la materia prima, la mano de obra directa, los gastos por servicios públicos y los gastos que conlleva la distribución del producto.

Se considera una proyección para el año 2025, de acuerdo con el incremento del 4 % de inflación que proyecta el BCCR.

Para el 2024 los costos fijos de producción representan un 1 % y los costos variables representan un 17,56 %, eso considerando las ventas de ese año, que son \$145 557,00 Se puede visualizar en la tabla 16.

Tabla 16

Costo de Producción

	2024		
	Costo Mensual	Costo Annual	Total Porcentajes
Costos fijos			
Electricidad	\$100,00	\$1.200,00	
Agua	\$45,32	\$543,84	
Subtotal	\$145,32	\$1.743,84	
Subtotal costos fijos	1%		1%
Costos Variables			
Alimento	\$382,25	\$4.587,00	
Combustible	\$294,00	\$3.528,00	
Insumos de Producción	\$69,54	\$834,48	
Insumos para Empaquetado	\$866,38	\$10.396,59	
Subtotal	\$1.612,17	\$19.346,07	
Subtotal Costos Variables	16,56%		17%
Total Costos de Produccion	\$1.757,49	\$21.089,91	
Porcentaje Costo de Ventas	18%		18%

Nota: En la tabla anterior se observa los costos de producción de la microempresa.

4.6.4 Costo de planilla

La microempresa Huevos de Codorniz La Arena, iniciará sus operaciones con tres colaboradores, el cual será el administrador, el ayudante que será el empacador y el contador, estos obtendrán un salario base, de acuerdo con el puesto que tenga la persona. También se tomará en cuenta las cargas sociales.

Tabla 17

Costo planilla

Puesto	Cantidad	Salario Bruto	Salario bruto total	Aguinaldo	Cargas sociales 26,67%	Salario Neto Total
Administrador	1	\$ 1 080,79	\$ 1 080,79	\$ 90,07	\$ 288,25	\$ 1 459,10
Empacador	1	\$ 508,61	\$ 508,61	\$ 42,38	\$ 135,65	\$ 686,64
Chofer	1	\$ 590,90	\$ 590,90	\$ 49,24	\$ 157,59	\$ 797,73
Total		\$ 2 180,30	\$ 2 180,30	\$ 181,69	\$ 581,49	\$ 2 943,48

Nota: En la tabla anterior puede ver los detalles de los salarios de los empleados.

4.6.5 Ventas proyectadas

Para analizar cómo han cambiado los ingresos de la microempresa Huevos de codorniz La Arena, a lo largo del tiempo, se eligió año base el 2024, y los datos obtenidos en la encuesta son los que se van a utilizar.

La Tabla 18 muestra las proyecciones de demanda, el ingreso total generado por cada producto anualmente y el ingreso total de las ventas anuales en dólares.

Es importante mencionar que la tasa de inflación proyectada por el Banco Central de Costa Rica para el 2024 será del 4 %. Swissinfo.ch (2023) "Sobre la inflación, Madrigal anunció que el BCCR mantiene la meta en un rango entre el 2 % y el 4 % para 2023 y 2024" (párr.7).

En la siguiente tabla 18 se puede observar la cantidad de huevos en cartón y el precio que se obtuvo anualmente.

Tabla 18*Ventas proyectadas*

Aspectos	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Cantidad de cajas vendidas	13500	14040	14601.6	15185.66	15793.09
Precio de venta por cartón (12 unidades)	\$ 5.99	\$ 6.23	\$ 6.48	\$ 6.74	\$ 7.01
Ventas totales	\$ 80,865.00	\$ 87,463.58	\$ 94,600.61	\$ 102,320.02	\$ 110,669.34

Nota: En la tabla anterior se detalla las ventas que se tendrá anualmente.

4.6.6 Punto de equilibrio

Respecto al punto de equilibrio se conocerá la cantidad de unidades del producto de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena. Esto se realizará con el fin de conocer la cantidad de producto que venderá el negocio, para así poder obtener una utilidad donde no habrá pérdidas, ni ganancias.

Se pondrá en práctica la fórmula del punto de equilibrio y la de participación relativa que se presentará a continuación:

Participación relativa = Ventas de cada producto

Ventas Totales

Punto de equilibrio= Costos Fijos

MCP

Tabla 19

Participación relativa para el producto

Producto	Ventas	Participación relativa
Huevos	\$80 865	100 %
Totales	\$80 865	100 %

Nota: En la tabla se observa la participación relativa de los productos.

En la tabla 20 se presenta los pasos para realizar el cálculo del Margen de Contribución Ponderado de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena:

Tabla 20

Punto de equilibrio

Aspectos	Huevos de codorniz
Precio	\$5,99
Costo Variable Unitario	\$1,09
Margen de contribución	\$4,9
Participación relativa	\$1,00
Margen de contribución ponderado	\$4,9

Nota: Se observa los datos para obtener el punto de equilibrio.

Se aplicará la fórmula del de punto de equilibrio de las unidades y se establecerá que para año 2024, la microempresa tiene que producir \$5929,76 que esto será que no va a obtener pérdidas ni ganancias.

Tabla 21*Punto de equilibrio en unidades*

2024		
Producto	Participación	Unidades
Huevos	100 %	5929,76

Nota: Se detalla los datos de las unidades.

Además, en la tabla 22 se mostrará el cálculo del punto de equilibrio en dólares para el producto de la empresa, el cual es de \$35 501,29 esto será para el año 2024.

Tabla 22*Punto de equilibrio en dólares*

2024			
Producto	Precio	PE en unidades	PE en dólares
Huevos	\$5,99	5926,76	\$35 501,29
Total	\$5,99	5926,76	\$35 501,29

Nota: Se detalla los datos del precio, del punto de equilibrio en unidades y dólares.

4.6.7 Gastos

Estos gastos son importantes, porque representan los rubros en los que se tiene que incurrir para poder llegar hasta el consumidor final.

4.6.7.1 Gastos legales

Estos costos son esenciales para el lanzamiento del proyecto y el cumplimiento legal. Esto debido a que, para la construcción de la infraestructura, se deberá obtener permiso de construcción. En la tabla 22 se puede observar la distribución de los

gastos, y cabe mencionar que varios gastos legales, solo son una vez, de forma permanente.

Tabla 23

Gastos legales

Trámite	Monto en dolares	
Patente comercial	\$	16,00
Firma Digital	\$	44,50
Permiso de funcionamiento	\$	50,00
Permiso sanitario	\$	20,00
Póliza de construcción	\$	635,76
Registro de marca	\$	110,00
Total de gastos	\$	876,26

Nota: El tipo de cambio que se utilizó hecho en Costa Rica es de \$550,52 del 1 de mayo del 2023.

4.6.7.2 Gastos de insumos de empaquetado

Por otra parte, se debe considerar los gastos de los insumos de empaquetado, a saber, cartón para los huevos y plástico para envolverlos de forma segura. Teniendo un cartón un costo anual de \$816,00 y el plástico un costo anual de \$323,64. Se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 24

Insumos de empaquetado

Insumos de Empaquetado					
Plástico	unidades	3	\$8,99	\$26,97	\$323,64
Cajas de Cartón	unidades	136	\$0,50	\$839,41	\$10 072,95
Total		139		\$866,38	\$10 396,59

Nota: Se detalla los insumos de empaquetado de la microempresa.

4.6.7.3 Gastos Operativos

En la siguiente tabla se muestra los gastos operativos del proyecto, en este se incluye los costos fijos y variables del proyecto, los cuales corresponden a la operación y al mantenimiento de las instalaciones. En la siguiente tabla se representa los costos que se mantienen constantes en el proyecto

En la tabla 25 se detalla los gastos operativos requeridos.

Tabla 25

Gastos operativos

Gastos operativos		
Gastos	Monto	Periodicidad
Costos de planilla	\$ 2,180.30	Mensual
Cargas Sociales	\$ 581.49	Mensual
Provisión de Aguinaldos	\$ 181.69	Mensual
Permiso sanitario	\$ 20.00	Mensual
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00	Mensual
Patente comercial	\$ 16.00	Mensual
Contador privado	\$ 35.00	Trimestral
Depreciación de activos	\$ 197.03	Mensual
Servicios públicos	\$ 145.25	Mensual
Suministros	\$ 211.00	Trimestral
Alimentación	\$ 382.28	Mensual
Insumos de limpieza	\$ 386.34	Mensual
Transporte	\$ 294.00	Mensual
Total	\$ 4,680.38	

Nota: Se detalla los datos de los gastos operativos que se utilizará en la microempresa.

Tabla 26

Gastos operativos mensuales

Gastos operativos mensuales													
Huevos de Codorniz La Arena													
Gastos operativos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Costos de planilla	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 26,163.60
Cargas Sociales	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 6,977.88
Aguinaldos	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 2,180.28
Permiso sanitario	\$ 20.00												\$ 20.00
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00												\$ 50.00
Patente comercial	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 192.00
Contador privado			\$ 35.00			\$ 35.00			\$ 35.00			\$ 35.00	\$ 140.00
Depreciación de activos	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 2,364.36
Servicios públicos	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 1,743.00
Suministros	\$ 211.00			\$ 211.00			\$ 211.00			\$ 211.00		\$ 211.00	\$ 1,055.00
Alimentación	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 4,587.36
Insumos de limpieza	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 4,636.08
Transporte	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 3,528.00
Total	\$ 4,645.38	\$ 4,364.38	\$ 4,399.38	\$ 4,575.38	\$ 4,364.38	\$ 4,399.38	\$ 4,575.38	\$ 4,364.38	\$ 4,399.38	\$ 4,575.38	\$ 4,364.38	\$ 4,610.38	\$ 53,637.56

Nota: En la tabla anterior se observa los gastos operativos mensuales de la microempresa.

En cuanto a los gastos operativos proyectados a 5 años, en la tabla 27 se muestra los gastos operativos de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena.

En esta se presenta un aumento del 4 %, según la inflación.

Tabla 27

Gastos operativos anuales

Gastos Operativos Anuales						
Huevos de Codorniz la Arena						
Gastos operativos	2024	2025	2026	2027	2028	Total
Costos de planilla	\$26,163.60	\$27,210.14	\$28,298.55	\$29,430.49	\$30,607.71	\$141,710.50
Cargas Sociales	\$6,977.88	\$7,257.00	\$7,547.28	\$7,849.17	\$8,163.13	\$37,794.45
Previsión de aguinaldo	\$2,180.28	\$2,267.49	\$2,358.19	\$2,452.52	\$2,550.62	\$11,809.10
Permiso	\$20.00	\$20.80	\$21.63	\$22.50	\$23.40	\$108.33
Permiso de funcionamiento	\$50.00	\$52.00	\$54.08	\$56.24	\$58.49	\$270.82
Patente comercial	\$192.00	\$199.68	\$207.67	\$215.97	\$224.61	\$1,039.93
Contador	\$140.00	\$145.60	\$151.42	\$157.48	\$163.78	\$758.29
Depreciación de activos	\$2,364.36	\$2,458.93	\$2,557.29	\$2,659.58	\$2,765.97	\$12,806.14
Servicios públicos	\$1,743.00	\$1,812.72	\$1,885.23	\$1,960.64	\$2,039.06	\$9,440.65
Suministros	\$1,055.00	\$1,097.20	\$1,141.09	\$1,186.73	\$1,234.20	\$5,714.22
Alimentación	\$4,587.36	\$4,770.85	\$4,961.69	\$5,160.16	\$5,366.56	\$24,846.62
Insumos de limpieza	\$4,636.08	\$4,821.52	\$5,014.38	\$5,214.96	\$5,423.56	\$25,110.50
Transporte	\$3,528.00	\$3,669.12	\$3,815.88	\$3,968.52	\$4,127.26	\$19,108.79
Total	\$53,637.56	\$55,783.06	\$58,014.38	\$60,334.96	\$62,748.36	\$290,518.33

Nota: en la tabla anterior se observa los gastos anuales de la microempresa.

4.6.8 Flujo de caja mensual sin financiamiento

Tabla 28

Flujo de caja mensual

Flujo de caja mensual														
Huevos de Codorniz la Arena														
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total año 1	
Ventas	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 80,865.00
costo deProducción	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 21,090.00
Utilidad bruta	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 4,981.25	\$ 59,775.00
Gastos operativos														
Costos de planilla	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 26,163.60
Cargas Sociales	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 6,977.83
Provisión de Aguinaldos	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 2,180.30
Permiso sanitario	\$ 20.00													\$ 20.00
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00													\$ 50.00
Patente comercial	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 192.00
Contador privado			\$ 35.00			\$ 35.00			\$ 35.00		\$ 35.00		\$ 35.00	\$ 140.00
Depreciación de activos	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 197.03	\$ 2,364.36
Servicios públicos	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 145.25	\$ 1,743.00
Suministros	\$ 211.00			\$ 211.00			\$ 211.00		\$ 211.00		\$ 211.00		\$ 211.00	\$ 1,055.00
Alimentación	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 382.28	\$ 4,587.36
Insumos de limpieza	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 386.34	\$ 4,636.08
Transporte	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 294.00	\$ 3,528.00
Total Gastos operativos	\$ 4,645.38	\$ 4,364.38	\$ 4,399.38	\$ 4,575.38	\$ 4,364.38	\$ 4,399.38	\$ 4,575.38	\$ 4,364.38	\$ 4,399.38	\$ 4,575.38	\$ 4,364.38	\$ 4,610.38	\$ 4,610.38	\$ 53,637.53
Utilidad Operativa	\$ 335.87	\$ 616.87	\$ 581.87	\$ 405.87	\$ 616.87	\$ 581.87	\$ 405.87	\$ 616.87	\$ 581.87	\$ 405.87	\$ 616.87	\$ 370.87	\$ 370.87	\$ 6,137.47
Depreciación de activos	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 232.71	\$ 2,792.52
Inversión en obra física	\$ -6,162.00													
Capital de trabajo de inversión inicial	\$ -10,000.00													
Flujo de efectivo mensual	\$ -16,162.00	\$ 568.58	\$ 849.58	\$ 814.58	\$ 638.58	\$ 849.58	\$ 814.58	\$ 638.58	\$ 849.58	\$ 814.58	\$ 638.58	\$ 849.58	\$ 603.58	\$ 8,929.99

Nota: En la tabla anterior se observa detallado el flujo de caja mensual de la empresa.

Con respecto a los datos anteriores se logra reflejar las entradas y salidas de efectivo de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena. Tal como se muestra en la tabla anterior, la microempresa Huevos de Codorniz La Arena tiene la capacidad para suplir con los gastos operativos a lo largo de todos los meses, una vez iniciado sus operaciones, dando como resultado un monto por un total de \$2 2518,56

A continuación, en la siguiente tabla, se muestra el flujo de caja anual.

4.6.9 Flujo de caja anual con financiamiento

Tabla 29

Flujo de caja anual

Flujo de caja Anual							
Huevos de Codorniz La Arena							
Año	2024	2025	2026	2027	2028	Total	
Ventas	\$ 80,865.00	\$ 87,463.58	\$ 94,600.61	\$ 102,320.02	\$ 110,669.34	\$ 475,918.56	
Costo de produccion	\$ 21,090.00	\$ 22,810.94	\$ 24,672.32	\$ 26,685.58	\$ 28,863.12	\$ 124,121.96	
Utilidad bruta	\$ 59,775.00	\$ 64,652.64	\$ 69,928.30	\$ 75,634.44	\$ 81,806.21	\$ 351,796.59	
Gastos operativos							
Costos de planilla	\$ 26,163.60	\$ 27,210.14	\$ 28,298.55	\$ 29,430.49	\$ 30,607.71	\$ 141,710.50	
Cargas Sociales	\$ 6,977.83	\$ 7,256.95	\$ 7,547.22	\$ 7,849.11	\$ 8,163.08	\$ 37,794.19	
Previsión de aguinaldo	\$ 2,180.30	\$ 2,267.51	\$ 2,358.21	\$ 2,452.54	\$ 2,550.64	\$ 11,809.21	
Permiso sanitario	\$ 20.00	\$ 20.80	\$ 21.63	\$ 22.50	\$ 23.40	\$ 108.33	
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00	\$ 52.00	\$ 54.08	\$ 56.24	\$ 58.49	\$ 270.82	
Patente comercial	\$ 192.00	\$ 199.68	\$ 207.67	\$ 215.97	\$ 224.61	\$ 1,039.93	
Contador	\$ 140.00	\$ 145.60	\$ 151.42	\$ 157.48	\$ 163.78	\$ 758.29	
Depreciación de activos	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 11,821.80	
Servicios públicos	\$ 1,743.00	\$ 1,812.72	\$ 1,885.23	\$ 1,960.64	\$ 2,039.06	\$ 9,440.65	
Suministros	\$ 1,055.00	\$ 1,097.20	\$ 1,141.09	\$ 1,186.73	\$ 1,234.20	\$ 5,714.22	
Alimentación	\$ 4,587.36	\$ 4,770.85	\$ 4,961.69	\$ 5,160.16	\$ 5,366.56	\$ 24,846.62	
Insumos de limpieza	\$ 4,636.08	\$ 4,821.52	\$ 5,014.38	\$ 5,214.96	\$ 5,423.56	\$ 24 860,08	
Transporte	\$ 3,528.00	\$ 3,669.12	\$ 3,815.88	\$ 3,968.52	\$ 4,127.26	\$ 24 860,09	
Total gastos operativos	\$ 53,637.53	\$ 55,688.46	\$ 57,821.42	\$ 60,039.71	\$ 62,346.72	\$ 245,314.55	
Utilidad Operativa	\$ 6,137.47	\$ 8,964.18	\$ 12,106.87	\$ 15,594.74	\$ 19,459.50	\$ 106,482.05	
Depreciación de activos	\$ 2,792.52	\$ 2,904.22	\$ 3,020.39	\$ 3,141.21	\$ 3,266.85	\$ 15,125.19	
Valor de desecho					\$ 3,103.92		
Inversión en obra física	\$ -6,162.00						
Capital de trabajo de inversión inicial	\$ -10,000.00						
Inversión en equipo	\$ -10,801.00						
Flujo de Efectivo Anual	\$ -26,963.00	\$ 8,929.99	\$ 11,868.40	\$ 15,127.26	\$ 18,735.94	\$ 25,830.27	\$ 80,491.86

Nota: En la tabla anterior se puede observar los montos del flujo de caja, así como el resultado obtenido del flujo.

4.6.9 Flujo de efectivo de inversionista

Gracias al financiamiento por el que se optó para desarrollar el proyecto, se desarrolla el flujo del inversionista, en el cual se financiará \$11 000, representando un 52 % de la inversión inicial.

4.6.9.1 Flujo de efectivo mensual con financiamiento

Mediante el financiamiento del proyecto, se desarrolló el siguiente flujo de efectivo, donde se financiará \$11 000 el cual representa un 52 % de la inversión inicial. De igual manera, que el flujo anterior, los costos de ventas para el 2024 son corresponden al 26 %.

Tabla 30

Flujo de efectivo mensual

Flujo de efectivo mensual														
Huevos de Codorniz La Arena														
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Ventas netas	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 6,738.75	\$ 80,865.00	
Costo de ventas	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 1,757.50	\$ 21,090.00	
Utilidad Bruta	\$ 4,981.25	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 4,981	\$ 59,775	
Gastos Operativos														
Salarios	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 2,180.30	\$ 26,163.60	
Cargas sociales	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 581.49	\$ 6,977.83	
Provisión de aguinaldos	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 181.69	\$ 2,180.30	
Permiso sanitario	\$ 20												\$ 20.00	
Permiso de funcionamiento	\$ 50												\$ 50.00	
Patente comercial	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 16	\$ 192.00	
Contador privado	\$ -	\$ -	\$ 35	\$ 35	\$ -	\$ 35	\$ -	\$ -	\$ 35	\$ -	\$ -	\$ 35	\$ 140.00	
Dpreciacion de activos	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 197	\$ 2,364.36	
Servicios publicos	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 145	\$ 1,740.25	
Suministros	\$ 211		\$ 211				\$ 211			\$ 211		\$ 211	\$ 1,055.00	
Alimentacion	\$ 382	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 383	\$ 4,593.08	
Insumos de limpieza	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 386	\$ 4,636.08	
Transporte	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 3,528.00	
Total de gastos Operativos	\$ 4,645.38	\$ 4,364.65	\$ 4,399.65	\$ 4,575.65	\$ 4,364.65	\$ 4,399.65	\$ 4,575.65	\$ 4,364.65	\$ 4,399.65	\$ 4,575.65	\$ 4,364.65	\$ 4,610.65	\$ 53,640.50	
utilidad Operativa	\$ 335.87	\$ 616.60	\$ 581.60	\$ 405.60	\$ 616.60	\$ 581.60	\$ 405.60	\$ 616.60	\$ 581.60	\$ 405.60	\$ 616.60	\$ 370.60	\$ 6,134.50	
Intereses de la deuda	\$ 117.70	\$ 116.29	\$ 114.87	\$ 113.43	\$ 111.97	\$ 110.50	\$ 109.02	\$ 107.52	\$ 105.99	\$ 104.46	\$ 102.91	\$ 101.35	\$ 1,316.01	
Utilidad antes de impuestos	\$ 218.17	\$ 500.31	\$ 466.73	\$ 292.17	\$ 504.63	\$ 471.10	\$ 296.58	\$ 509.08	\$ 475.61	\$ 301.14	\$ 513.69	\$ 269.25	\$ 4,818.49	
Impuesto de renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad Neta	\$ 218.17	\$ 500.31	\$ 466.73	\$ 292.17	\$ 504.63	\$ 471.10	\$ 296.58	\$ 509.08	\$ 475.61	\$ 301.14	\$ 513.69	\$ 269.25	\$ 4,818.49	
Depreciacion de activos	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 231	\$ 2,776	
Amortizacion	\$ 132	\$ 133	\$ 135	\$ 136	\$ 137	\$ 139	\$ 140	\$ 142	\$ 143	\$ 145	\$ 146	\$ 148	\$ 1,677	
Capital de trabajo	\$ -10,000													
Inversion en obra fisica	\$ -6,162													
Inversion en equipo	\$ -10,802													
Prestamo	\$ 11,000													
Flujo de efectivo mensual	\$ -15,964	\$ 317.85	\$ 598.58	\$ 563.58	\$ 387.58	\$ 598.58	\$ 563.58	\$ 387.58	\$ 598.57	\$ 563.59	\$ 387.58	\$ 598.58	\$ 352.57	\$ 5,918.25

Nota: En la tabla anterior se ve detallada los datos del flujo de efectivo mensual.

Nota: En la tabla anterior se observa cómo se verá la empresa proyectada en cinco años por medio del flujo de efectivo anual.

Tomando en consideración los datos reflejados por el flujo anual del inversionista, se determina que, en caso de que el empresario opte por adquirir financiamiento mediante recursos propios y préstamo bancario, las entradas de efectivo si pueden ser suficientes para poder cumplir con las obligaciones operativas y financieras. La microempresa obtendría beneficios, desde el primer año.

4.5.10 Flujo de caja de la deuda

La siguiente tabla, sin embargo, demuestra el flujo de efectivo de la deuda potencial del inversionista. El flujo tiene en cuenta factores como el límite de crédito, el interés, la amortización y el refugio fiscal. Al pagar menos dinero de su bolsillo, este último permite que el microempresario se beneficie.

Tabla 32

Flujo de caja de la deuda

Huevos de Codorniz La Arena						
Flujo de caja de la deuda						
Año	0	1	2	3	4	5
Préstamo	\$ 11,000.00					
Intereses	\$ -1,316.01	\$ -1,087.61	\$ -828.09	\$ -533.22	\$ -197.87	
Amortización	\$ -1,676.55	\$ -1,904.95	\$ -2,164.47	\$ -2,459.34	\$ 2,794.69	
Escudo Fiscal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Flujo de la	11000	-2991.56	-2990.56	-2989.56	-2988.56	2601.82

Nota: En la tabla anterior se puede ver detallado los datos del flujo de caja de la deuda.

4.6.11 Estado de Resultado

El estado de resultados, también conocido como estado de pérdidas y ganancias o estado de rendimiento económico, brinda detalles sobre las ganancias o pérdidas producidas por las operaciones de la empresa en el transcurso del período de evaluación. Como se observa en la tabla 32, los ingresos por ventas cubren las obligaciones de producción, gastos operativos y los impuestos. La proyección será a cinco años se mostrará en la siguiente tabla en el estado de resultado.

Tabla 33

Estado de resultado

Huevos de Codorniz La Arena					
Estado de resultado					
Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$ 80,865.00	\$ 87,463.58	\$ 94,600.61	\$ 102,320.02	\$ 110,669.34
Costo de producción	\$ 21,089.91	\$ 22,810.85	\$ 24,672.21	\$ 26,685.46	\$ 28,863.00
Utilidad Bruta	\$ 59,775.09	\$ 64,652.74	\$ 69,928.40	\$ 75,634.56	\$ 81,806.34
Gastos operativos					
Costo planilla	\$ 26,163.60	\$ 27,079.33	\$ 28,027.10	\$ 29,008.05	\$ 30,023.33
Cargas sociales	\$ 6,977.83	\$ 7,222.06	\$ 7,474.83	\$ 7,736.45	\$ 8,007.22
Provisión aguinaldo	\$ 2,180	\$ 2,256.61	\$ 2,335.59	\$ 2,417.34	\$ 2,501.94
Permiso sanitario	\$ 20.00	\$ 96.31	\$ 175.29	\$ 257.04	\$ 341.64
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00	\$ 50.70	\$ 54.07	\$ 60.21	\$ 69.20
Patente comercial	\$ 192.00	\$ 193.75	\$ 195.52	\$ 197.42	\$ 199.52
Contador	\$ 140.00	\$ 144.90	\$ 149.97	\$ 155.22	\$ 160.65
Depreciación de activos	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36	\$ 2,364.36
Servicios públicos	\$ 1,740.25	\$ 1,801.16	\$ 1,864.20	\$ 1,929.45	\$ 1,996.98
Suministros	\$ 1,055.00	\$ 1,091.93	\$ 1,130.14	\$ 1,169.70	\$ 1,210.64
Alimentación	\$ 4,593.08	\$ 4,753.84	\$ 4,920.22	\$ 5,092.43	\$ 5,270.66
Insumos de limpieza	\$ 4,636.08	\$ 4,798.34	\$ 4,966.28	\$ 5,140.10	\$ 5,320.01
Transporte	\$ 3,528.00	\$ 3,651.48	\$ 3,779.28	\$ 3,911.56	\$ 4,048.46
Total de gastos operativos	\$ 53,640.50	\$ 55,504.76	\$ 57,436.87	\$ 59,439.31	\$ 61,514.63
Utilidad operativa	\$ 6,134.59	\$ 9,147.98	\$ 12,491.53	\$ 16,195.25	\$ 20,291.71
Intereses de la deuda	\$ 1,316.01	\$ 1,087.61	\$ 828.09	\$ 533.22	\$ 197.87
Utilidad antes de impuesto	\$ 4,818.58	\$ 8,060.37	\$ 11,663.44	\$ 15,662.03	\$ 20,093.84
Impuesto de renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad o pérdida neta	\$ 4,818.58	\$ 8,060.37	\$ 11,663.44	\$ 15,662.03	\$ 20,093.84

Nota: En la tabla anterior se observa detalladamente cómo los ingresos no cubren los gastos.

Los datos anteriores reflejan que, a pesar de que la microempresa posee un crecimiento de las ventas anuales de un 4 % aproximadamente, sí logran cubrir los gastos operativos y los intereses de la deuda, lo cual genera ganancia para los cinco años de evaluación.

4.6.12 Balance de situación financiera

El balance de situación financiera permite identificar los activos corrientes o fijos que posee la microempresa Huevos de Codorniz La Arena, así como las fuentes de financiamiento necesarias para el desarrollo del proyecto. De igual manera, también se considera las utilidades o pérdidas que se obtendría a lo largo del periodo de evaluación. La situación financiera de la empresa se muestra a continuación:

Tabla 34

Balance general

Huevos de Codorniz La Arena					
Balance general					
Al 31 de Diciembre					
Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos					
Activos circulante					
Efectivo	\$ 5,506.39	\$ 8,589.37	\$ 12,007.56	\$ 15,791.22	\$ 33,076.15
Capital de trabajo	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Total de activos circulantes	\$ 15,506.39	\$ 18,589.37	\$ 22,007.56	\$ 25,791.22	\$ 43,076.15
Activos fijos					
Infraestructura	\$ 6,162.00	\$ 6,162.00	\$ 6,162.00	\$ 6,162.00	\$ 6,162.00
Mobiliario	\$ 4,521.68	\$ 4,521.68	\$ 4,521.68	\$ 4,521.68	\$ 4,521.68
Depreciacion acumulada de infraestructura y equipo	\$ 2,364.36	\$ 5,436.80	\$ 11,517.58	\$ 20,936.60	\$ 20,950.83
Total de activos Fijos	\$ 13,048.04	\$ 16,120.48	\$ 22,201.26	\$ 31,620.28	\$ 31,634.51
Total de activos	\$ 28,554.43	\$ 34,709.85	\$ 44,208.82	\$ 57,411.50	\$ 74,710.66
Pasivo					
Otros pasivos circulantes					
Deuda Financiera	\$ 9,323.45	\$ 7,418.50	\$ 5,254.03	\$ 2,794.69	\$ -
Total pasivos circulantes	\$ 9,323.45	\$ 7,418.50	\$ 5,254.03	\$ 2,794.69	\$ -
Capital					
Capital social	\$ 15,964.00	\$ 15,964.00	\$ 15,964.00	\$ 15,964.00	\$ 15,964.00
Utilidad retenida	\$ 3,266.98	\$ 11,327.35	\$ 22,990.79	\$ 38,652.82	\$ 58,746.65
Patrimonio	\$ 19,230.98	\$ 27,291.35	\$ 38,954.79	\$ 54,616.82	\$ 74,710.65
Total de patrimonio	\$ 28,554.43	\$ 34,709.85	\$ 44,208.82	\$ 57,411.51	\$ 74,710.65

Nota: En la tabla anterior se ve el resultado obtenido del balance general.

4.6.13 Capital de trabajo

Con el propósito de comenzar a producir el primer mes, se debe tomar en cuenta el capital de trabajo necesario, que asciende a un total de \$4525,10 y se detalla en la tabla 35.

Tabla 35

Capital de trabajo

2024	
Cuenta	Costo mensual
Materia prima	\$ 1,362.00
Servicios publicos	\$ 145.00
Patente comercial	\$ 16.00
Provisión de aguinaldo	\$ 169.43
Registro sanitario	\$ 20.00
Salarios	\$ 2,033.17
Cargas sociales	\$ 607.01
Combustible	\$ 294.00
Insumos de produccion	\$ 41.42
Permiso sanitario de funcionamiento	\$ 50.00
Insumos de materiales de limpieza	\$ 69.56
Seguros	\$ 91.67
Total	\$ 4,899.26

Nota: Se puede observar que en la tabla anterior se ven detallado los gastos.

4.6.14 Valor de desecho

Para obtener el valor de desecho de la microempresa Huevos de codorniz La Arena, se utilizó el método contable, ya que este es de importancia para poder determinar el importe de vida útil de un activo. En la siguiente tabla, se refleja el valor en libros por un monto total de **\$3103,92**

Tabla 36

Valor de desecho

Activos	cantidad	Precio total	vida útil	Depreciación mensual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
Codornices	1000	\$4 629,62	3 años	\$128,60	\$1543,21	\$7716.05	\$-3086.43
Materiales de construcción	8	\$4 120	10 años	\$34,33	\$412	\$2060	\$2060
Jaulas	7	\$2,052	4 años	\$42,75	\$513	\$2565	\$-513
subtotal	1015	\$10 801,62	17 años	\$205,68	\$2 468,21	\$12 341.01	\$-1539.43
Infraestructura							
Instalaciones		\$6,965	15 años	\$38,69	\$464,33	\$2321.65	\$4643.35
Total		\$17 766,62		\$244,37	\$2932,54	\$14 662,66	\$3103,92

Nota: En la tabla anterior se logra ver el resultado del valor de desecho.

4.6.15 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento para la realización de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena, una parte será por medio de un crédito y la otra por capital propio.

Según la Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas N°8262, la inversión del proyecto no está cubierta en su totalidad por el crédito PYMES. Como resultado, la microempresa Huevos de Codorniz La Arena se ve obligada a financiar los costos y gastos con una combinación de préstamos bancarios y su propio capital.

Tabla 37

Distribución de las fuentes de financiamiento

Cuenta	Monto	Aporte
Capital Propio	\$10 000	48 %
Préstamo bancario	\$11 000	52 %
Total	\$21 000	100 %

Nota: En la tabla anterior se puede ver cuál es la distribución del financiamiento.

En la tabla se observa el monto del préstamo, por motivos de trámites requeridos para poder emitir el préstamo, el monto solicitado es por una cantidad de \$11 000.

En la siguiente tabla se presentará los datos requeridos del préstamo.

Tabla 38

Tasa de interés y plazo del préstamo

Datos	
Inversión	\$11 000
Interés	12,84 %
Años	5
Meses	12
N	60

Nota: En el cuadro anterior se observa el interés y el plazo del préstamo.

4.6.16 Amortización Anual de la deuda

Para poder obtener el préstamo, se recomienda que sea en el Banco Nacional de Costa Rica. Esta entidad establece una tasa de interés del 12,84 % anual a un plazo de 5 años. También en lo referente a la amortización se realizó mensual (ver anexo 3) y anual. Se presentará en la siguiente tabla.

Tabla 39

Amortización de la deuda

Amortización Anual				
Periodos	Saldo	Intereses	Cuota	Amortización
0	\$ 11 000,00		\$ 2 992,56	
1	\$ 9 323,45	\$ 1 316,01	\$ 2 992,56	\$ 1 676,55
2	\$ 7 418,50	\$ 1 087,61	\$ 2 992,56	\$ 1 904,95
3	\$ 5 254,03	\$ 828,09	\$ 2 992,56	\$ 2 164,47
4	\$ 2 794,69	\$ 533,22	\$ 2 992,56	\$ 2 459,34
5	\$ -	\$ 197,87	\$ 2 992,56	\$ 2 794,69

Nota: En el cuadro anterior se observa la amortización de la deuda anualmente, así como sus intereses, cuota y el saldo.

4.6.17 Costo Capital (CAMP)

La valoración de activos financieros, también se conoce como (CAMP), este permite conocer el costo de los recursos de la inversión, en el cual se toma en cuenta diferentes factores, por ejemplo, el riesgo país, factor beta, riesgo de la industria, así como también el ke no apalancado y el ke apalancado, tomando en cuenta que entre mayor riesgo hay, mayor será el rendimiento.

La fórmula correspondiente para el CAMP corresponde al siguiente cálculo.

$$k_e = R_f + B (R_M - R_f) + R_P$$

Donde:

Ke no apalancado: Costo del patrimonio sin deuda

Ke apalancado: Costo del patrimonio con deuda

Rf: Tasa libre de riesgo

B: Factor beta

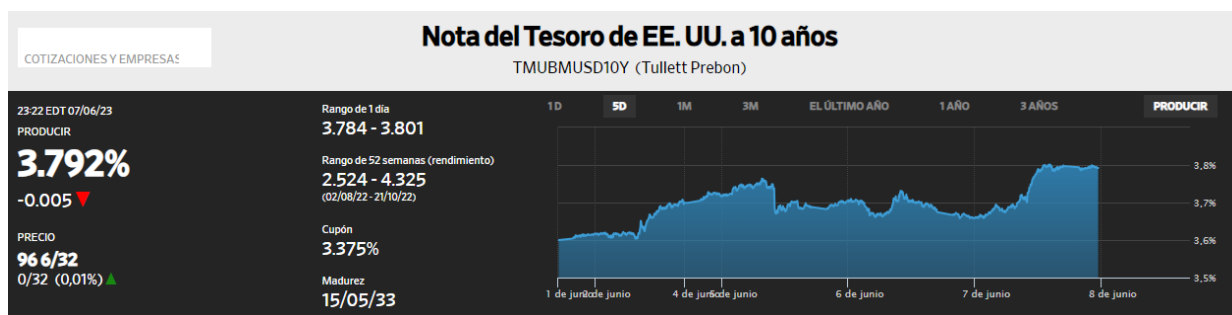
RM: Riesgo sistemático de la industria

RP: Riesgo país

Tasa libre de riesgo

En la figura 23 se puede observar la tasa libre de riesgo, esta fue obtenida de la página Wall Street Journal.

Figura 23

Tasa libre de riesgo

Fuente: WSJ Markets,2023

Betas

Este factor permite ver el riesgo que tiene el activo conforme a las variaciones que se presenten en la industria. La microempresa Huevos de Codorniz La Arena pertenece a la industria de ventas al por menor (supermercados y alimentos).

En la siguiente tabla se podrá observar el beta apalancado que es de 40 y la beta no apalancada que es de 0,45

Tabla 40

Beta de la industria

Nombre de la industria	Numero	Beta		
		Beta	D/E	Beta no apalancado
Ventas al por menor (supermercados y alimentos)	13	0,71	65,82%	0,45

Nota: Con respecto a la tabla anterior, se observa el porcentaje de la beta apalancada y el no apalancado.

Rendimiento del mercado

El rendimiento de mercado se calculó con los datos de la página finance. Yahoo! (Ver anexo 13). Se calculó tomando los datos mensuales, que sería a partir del 1 de enero 2021 al 1 de junio 2023, esto dio un resultado de 7,20 %.

Riesgo país

El riesgo país es un término utilizado para describir la posible incertidumbre macroeconómica en Costa Rica. En la siguiente tabla se mostrará el riesgo país que es de 63,77 %

Tabla 41

Riesgo país

Riesgo país		
Pais	Calificacion moody's	Riesgo país
Costa Rica	B2	5,44%

Nota: Se observa el riesgo país.

Cálculo del costo capital

En la siguiente tabla se mostrará el cálculo del costo capital de la empresa.

$$K_e = R_f + B (R_M - R_f) + R_P$$

Tabla 42

Costo capital

Tasa libre de riesgo	Rendimiento del mercado	Riesgo país	Beta no apalancado	Beta apalancado	ke (costo de capital) no apalancada	Ke (costo de capital) apalancada
3,79%	7,20%	5,44%	0,45	0,71	10,76%	11,65%

Nota: Se logra ver el no apalancado y el apalancado de la empresa

4.6.18 Indicadores de evaluación

4.6.18.1 Valor actual neto (VAN)

El Valor actual neto es un indicador que le permite medir el valor que la microempresa Huevos de Codorniz La Arena generará a lo largo del periodo, de manera que facilita la toma de decisiones, ya que de esta manera se determina si el proyecto es rentable y si se acepta. A continuación, se presenta reglas por considerar para tomar dicha decisión.

- El VAN debe ser mayor a 0 para que el proyecto sea viable y rentable.
- Si el VAN es igual a 0, los flujos de caja descontados son exactamente iguales a la inversión inicial. En este escenario, el proyecto no generaría ni gastos ni beneficios, por lo que se consideraría un proyecto nuestro en cuanto a riesgo.
- Si el VAN es menor a 0, el proyecto no sería viable y ni rentable. No se aprobaría.

Tabla 43

Van Básico

Huevos de Codorniz La Arena						
Flujo de efectivo del activo						
Periodo		2024	2025	2026	2027	2028
flujo de efectivo	26963	\$ 8,929.99	\$ 11,868.40	\$15,127.26	\$ 18,735.94	\$ 25,830.27
VAN basico	\$ 107,454.86					

Nota: Con respecto al cuadro anterior, se observa los datos que se obtuvo del VAN Básico.

Para el VAN básico del proyecto se utilizó el Ke no apalancado, este es del 10,76 %. El resultado del VAN Básico es \$107,454.86 lo cual indica que la realización del proyecto es viable, si el empresario opta por emplear recursos propios.

En la siguiente tabla 44, se detallará los datos necesarios para obtener el VAN de la deuda.

Tabla 44

Van de la Deuda

Huevos de Codorniz La Arena						
Flujo de la deuda						
Periodo		2024	2025	2026	2027	2028
Préstamo	\$ 11,000.00					
Flujo de la deuda	\$ 11,000.00	-3004.72	-3001.43	-2997.84	-2993.89	2599.84
Van del préstamo	\$ 1,601.96					

Nota: En la tabla anterior se refleja los datos del flujo de la deuda para obtener el VAN del préstamo.

Considerando la información anterior, el VAN de la deuda corresponde a \$1601,96 Con la información recopilada se realiza el VAN Ajustado, a saber: es VAN Básico + VAN de la deuda, como resultado se obtiene \$109 056.82

Al ser mayor a 0, le permite al inversor generar valor, por lo que se determina que la planta de producción de huevos de codorniz si es viable para su realización.

Asimismo, la tabla 45 mostrada refleja el cálculo del VAN del inversionista.

Tabla 45

VAN del Inversionista

Huevos de Codorniz La Arena						
Flujo de efectivo del inversionista						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo de efectivo del inversionista	-\$ 15 964,00	\$ 4 366,75	\$ 7 409,84	\$10 786,74	\$ 14 527,68	\$ 31 768,38
VAN del inversionista	\$ 52 895,40					

Nota: Con respecto a la tabla anterior, se logra ver los datos del VAN del inversionista.

4.6.18.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Este indicador permite conocer que, si al ejecutar el proyecto se genera una ganancia, o bien, una pérdida, teniendo en cuenta que, si este es mayor o igual a la tasa de descuento, se acepta o rechaza el proyecto.

Donde

Io= inversión inicial

Fi= flujo de efectivo del año 1

K=tasa de descuento

Tabla 46

TIR

TIR	
Inversion Inicial	-\$ 15,964.00
Año 1	\$ 5,506.39
Año 2	\$ 8,589.37
Año 3	\$ 12,007.56
Año 4	\$ 15,791.22
Año 5	\$ 33,076.15
TIR = 58%	

La TIR da positivo, como consecuencia de obtener flujos positivos, en este caso es 0,58 o 58 %, esto quiere decir que es mayor que la tasa de descuento, por lo que es viable. Mayor TIR, es igual a mayor rentabilidad

4.6.18.3 Índice de deseabilidad (ID)

Este indicador muestra lo que se gana por dólar que es invertido en el proyecto.

Donde

ID= VPFE/lo

VPFE= Valor presente de flujo de efectivo

lo= inversión inicial

Tabla 47

Índice de deseabilidad

Huevos de Codorniz La Arena			
Índice de deseabilidad			
Flujos	VPFE	Inversión inicial	ID
Flujo del activo	\$107,454.86	\$ 21,000.00	\$ 5.12
Flujo de inversionista	\$ 59,006.68	\$ 21,000.00	\$ 2.81

Nota: Se detalla cuál es el índice de deseabilidad.

Con referencia al cuadro anterior, esto refleja que por cada dólar invertido en el proyecto de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena, se ganará con el índice del flujo del activo \$5.82 y con el flujo del inversionista se ganará un \$2,81 los dos siendo mayor a uno, por lo tanto, el proyecto sí se acepta.

4.6.19 Análisis de sensibilización

Cuando una variable del proyecto cambia se genera escenarios que pueden llegar a tener incidencia en las utilidades finales esperadas.

En este análisis para el proyecto Huevos de Codorniz La Arena, puesto que los flujos y los indicadores financieros dieron números positivos. Por ello, se plantea dicho escenario, con el objetivo de conocer el crecimiento que debe tener la empresa para poder tener rentabilidad. Asimismo, se realizó un análisis por medio de una comparación a nivel de indicadores financieros.

A continuación, se muestra un escenario con el flujo del inversionista, suponiendo que se presente un porcentaje del 58 %

Tabla 48*Análisis de sensibilidad*

Análisis de sensibilidad		
SENSIBILIDAD	INVERSION	58%
0%	-15964	58%
1.25%	-20000	46%
1.57%	-25000	36%
1.88%	-30000	29%
2.19%	-35000	23%
2.51%	-40000	19%

Nota: Con respecto a la tabla anterior, se puede observar los datos del análisis donde se refleja el escenario optimista.

Como se observa en la tabla anterior, ante un escenario del análisis contemplando un 1,25 % para el primer año, del 1,57 % en el segundo año y un aumento en las ventas del 1,88 % y del 2,19 % en los años 3 y 4 y, en el último, de un 2,51 %, el flujo de efectivo sigue siendo positivo, por lo tanto, la empresa seguiría siendo rentable, aun contemplando la variación de esta variable.

Conclusiones

Después de realizar los estudios anteriores se llega a las siguientes conclusiones:

- El Estudio de mercado deja claro que es un producto que tiene aceptación para la venta en los supermercados y tiendas a las que se sondeó en Liberia y alrededores. Aun así, se considera que se debe hacer un gran esfuerzo para colocar el producto en más tiendas, que los consumidores conozcan y comprendan los beneficios de consumir el huevo de codorniz. Ya que, para llegar al punto de equilibrio, se debe vender un alto número de unidades.
- De los once negocios que se sondearon, el 100 % dijo que sí estaría dispuesto a vender los huevos de codorniz, algunos poniendo algunas condiciones con respecto al precio.
- Asimismo, con el estudio de mercado se cree que potencialmente el huevo de codorniz puede tener mejor comercialización y expandirse por otras regiones.
- El 45 % de los negocios del sondeo, prefiere la presentación de entre 15 y 20 unidades para la venta, considerando que cada familia o consumidor los adquiere una vez por semana.
- En el estudio técnico, se determinó la inversión en obra física, activos, insumos y requerimientos legales para poner en marcha el proyecto. El monto total fue de \$21 000. Consiguiendo el 52 % de ese monto con financiamiento. De eso se concluye que, a nivel técnico, el proyecto de la Planta de Producción de Huevos de Codorniz, en Liberia, Guanacaste no es viable, porque los gastos y costos proyectados son altos y las entradas de efectivo no logran generar lo necesario para el punto de equilibrio.

- En el estudio organizativo, se propone una estructura organizacional simple, porque la bibliografía confirma que es la estructura idónea para microempresas, ya que únicamente estará conformada por el administrador, una persona que se encargará del aseo y la producción y otra persona que se encargará de la distribución. Además, se considera servicios externos como un contador y un veterinario, que resultan sumamente importantes, pero se considera que es mejor por medio de un outsourcing.
- Para el estudio legal-ambiental, se determina que el proyecto es viable porque se desarrolló la reglamentación necesaria para que la operación del negocio se lleve a cabo dentro del marco legal. Además, no se presentó ninguna legislación que dificulte la puesta en marcha del proyecto. Considera información y detalles con respecto al cuidado y reproducción de los animales.
- En cuanto al estudio financiero, se llegó a la conclusión que el proyecto es viable, porque los flujos proyectados a 5 años muestran números positivos en cuanto a las utilidades, dando resultados positivos en el VAN y la TIR es mayor que la tasa de descuento, y el proyecto podría ponerse en marcha. También un indicador que es positivo es el índice de deseabilidad que muestra que el proyecto generaría utilidad, siendo un factor que potenciaría el proyecto.

Recomendaciones

- Para el emprendedor no es viable realizar la inversión que conlleva el proyecto, se debe evitar hacerla. Generará pérdidas y es probable que endeudamientos y la empresa no tendrá la capacidad para hacerle frente.
- Se recomienda incursiones en otros nichos de mercado, pues las codornices pueden generar más productos, como la carne, que es alta en proteína y baja en grasa, además, se puede sacar provecho a excremento y utilizarlo como abono para las plantas. Eso puede captar la atención de potenciales clientes.
- Es importante involucrarse en ferias de empleo, buscar programas de emprendedores y actividades que realicen las municipalidades para dar a conocer sus productos y la importancia de estos, puesto que, según los estudios de Mercado, muchas personas aún no conocen el huevo de codorniz como tal, o bien, desconocen las buenas propiedades alimenticias de este.
- Se sugiere a la propietaria la utilización de las redes sociales comunes en la zona para hacer publicidad de los huevos de codorniz, así como promocionar su planta de producción.
- Se le recomienda a la propietaria que siempre está actualizándose con las tendencias para que pueda dar los mejores productos y, también, en la medida de lo posible, reducir los costos.

Referencias bibliográficas

Aguilar, A. Bolívar, C. Gómez, F. (2020). *Estudio económico financiero para el acondicionamiento de una planta procesadora de pescado pangasius, en Limonal de Abangares para la empresa Bazapez de Costa Rica S. A.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica].
[https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/18021/ESTUDI~1.PDF?sequence=1&isAllowed=y,](https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/18021/ESTUDI~1.PDF?sequence=1&isAllowed=y)

Arrieta, Mera, Muñoz y Ortiz. (2017). *El trueque como sistema de comercialización. Desde lo ancestral a lo actual.*
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6756265.pdf>

Brianna Hansen. (2021). *¿Qué es la gestión de recursos y por qué es importante?* (<https://www.wrike.com/es/blog/que-es-la-gestion-derecursos-y-por-que-es-importante/>)

Brocher, N. (28 de octubre del 2019). *Importancia del estudio legal. Diseño, evaluación y gestión de proyectos.*
<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-delestudio-legal>

Botey. (23 de febrero del 2022). *Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven.* <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

Caba, Chamorro, Fontalvo. (s.f.). *Gestión de la Producción y Operaciones.*
 pdf. https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55847.pdf

Cordero. R. (s.f.). *Codornices*. Consultado el 14 de octubre.
https://multimedia.uned.ac.cr/pem/manejo_animales_granja/documentos/modulo_codorniz.pdf

Da silva, D. (4 de marzo del 2021). (mensaje de un blog). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*.<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

Delgado, A. (23 de abril del 2020). *La importancia del estudio organizacional*.<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-del-estudioorganizaciona-aaron-alayon-delgado>

Editorial Etece. (2021). *Economía y Finanzas. Concepto, Oferta*.
<https://concepto.de/oferta/>

Educativa. (2013). *Mercado de competencia imperfecta*. (en línea, video). 3 min. 30 seg., son., color. Disponible en <http://bit.ly/2zFzLp4>.

Espinoza Obregón, E. López y Sandoval, D. (2021). *Estudio de viabilidad económico financiero para la producción y comercialización de mermelada y jugo a base de pitaya roja*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica].<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/20933/Estudio%20de%20viabilidad%20econ%3%b3mico%20financiero%20para%20la%20producci%3%b3n%20y%20comercializaci%3%b3n%20de%20mermelada%20y%20jugo%20a%20base%20de%20pitahaya%20en%20Liberia%2c%20Guanacaste.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Grimaldo, D. (2020). *Guía para la producción de huevos de codornices a nivel industrial*. Universidad Cooperativa de Colombia. [Archivo PDF] https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20353/4/2020_guia_produccion_codornices.pdf

Gutiérrez, F. Mejicano, M. (s.f.). *Introducción a las comunicaciones de marketing integradas*. Universidad Nacional. (Exposición).

Gitman, Lawrence, J. (2010). *Principios de Administración Financiera*. (12ª ed.). Editorial Pearson Educación.

Hansen, B. (2021). *¿Qué es la gestión de recursos y por qué es importante?* (Mensaje de un blog) <https://www.wrike.com/es/blog/que-es-la-gestionde-recursos-y-por-que-es-importante/>

INEC. (s.f.). *Indicadores cantonales. Censos Nacionales de Población y Vivienda 2000 y 2011. Guanacaste*. <https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-bibliotecavirtual/reoblaccenso2011-05.pdf>

INEC institucional. (25 de enero del 2022). *Cantidad de microempresas de los hogares aumentó 23,6% respecto al 2020*. <https://inec.cr/noticias/cantidad-microempresas-los-hogares-aumento236-respecto-al-2020>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018) *Mercado y la comercialización*. San José. [Archivo PDF]. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2021). *La Importancia de la Producción Pecuaria y la Proteína Animal: La Perspectiva del hemisferio occidental*. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/16954/BVE21068221e.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Instrumentos de evaluación. (SF).

¿Qué es un cuestionario? Consultado el 10 de octubre. <https://www.planyprogramasdestudio.sep.gob.mx/evaluacion/pdf/instrumentos/prim/5to/Instrumento-Evaluacion-5to-Prim1.pdf>.

Incubación Huevos de Codorniz. (2016). *Avicultura Alternativa, Incubación* 394, BM Editores. [www.produccionanimal.com.arhttps://www.produccionanimal.com.ar/produccion_aves/producciones_avicolas_alternativas/11Incubacion_Huevos_Codorniz.pdf](https://www.produccionanimal.com.ar/produccion_aves/producciones_avicolas_alternativas/11Incubacion_Huevos_Codorniz.pdf)

López, C., Martínez, E., Pizarro, F., y Huertas, R. (2022). *Estudio de viabilidad económica-financiera para la producción y comercialización de productos derivados de leche de cabra en los cantones de Carrillo y Liberia, Guanacaste, para la microempresa FANUCA*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica]. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23962/TFG%20L%20c3%81CTEOS%20CAPRINOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martínez, C. (s.f.). *Investigación descriptiva: tipo y características*. Consultado el 4 de septiembre. [file:///C:/Users/stefa/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.p df](file:///C:/Users/stefa/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf)

Municipalidad de Liberia (2017). *Cantón de Liberia*. <https://www.muniliberia.go.cr/muni/std/92/cantondeliberia#:~:text=de%20la%20provincia.-,Situada%20en%20la%20gran%20planicie%20guanacasteca%20l a%20ciudad%20de%20Liberia,la%20ciudad%20de%20San%20Jos%C3%A9>.

Municipalidad de Liberia (2023). *Municipalidad*.

<https://www.muniliberia.go.cr/muni/>

Organización Panamericana de la Salud. (s.f.). *Educación en inocuidad de alimentos: Clasificación de la investigación*. Consultado el 10 de septiembre.

https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10484:educacion-inocuidad-alimentos-clasificacion-de-investigacion&Itemid=41279&lang=es#gsc.tab=0

Ordóñez, A., Pérez, M., Polanco, J., y Urbina, A. (2022). *Estudio de viabilidad económico financiero para la construcción de una planta procesadora y empacadora de camarón Litopenaeus vannamei y comercialización, en los distritos Paquera y Cóbano de Puntarenas, para la Camaronera Doña Flor*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica].

<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23298/ESTUDI~1.PDF?sequence=1&isAllowed=y>.

Pereira, D. (2020). *Guía para la producción de codornices y sus derivados*.

(Archivo

PDF

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20353/4/2020_guia_produccion_codornices.pdf

Pérez. A. (23 de abril del 2021). (Mensaje de un blog). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-queconsiste-y-como-llevarlo-cabo>

Rodríguez, G., Valverde, M. (2018). *Informe de Gestión del Sector Agropecuario y Rural*. (Archivo PDF). <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/D10-10967.pdf>

Rodríguez, G., Arguedas, S., Matarrita, R., Arroyo, A. (2021). *Estudio de viabilidad económica financiera para la producción de arroz en Bagatzi, Guanacaste, para su comercialización en las arroceras de Guanacaste*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica] <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/24139/Tesis%20Producci%c3%b3n%20y%20Comercializaci%c3%b3n%20de%20Arroz%20en%20Bagatzi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Rus, E. (10 de diciembre). *Investigación mixta*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-mixta.html>.

Registro Nacional. (2010). *Guías y Formularios*. http://www.registronacional.go.cr/propiedad_industrial/propiedad_industrial_guia_servicios_formularios.htm

Sapag Chain, N., & Sapag Chai, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (6a. ed.). Mc Graw-Hill. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1243/1/Sapagproyectos%206ta%20edici%C3%B3n.pdf>

Schiliro, D. (27 de octubre del 2021). *Estudio Técnico de un Proyecto. Diseño, evaluación y gestión de proyectos*.

Soto, MJ. (2019). *Identificación de los factores que afectan la incubabilidad, mortalidad embrionaria y la calidad de pollito en una planta de incubación de pollo de engorde*. UCR. <https://zootecnia.ucr.ac.cr/images/tesis/pdfs/soto-granados-mariajose.pdf> (archivo pdf).

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (27 febrero del 2013). *Requisitos de Trámites del servicio de inspección*. Caja Costarricense de Seguro Social. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=74410&nValor3=94645&strTipM=TC

Swissinfo. (31 de enero del 2023). *BCCR prevé crecimiento de 2,7 % en 2023 y 3,5 % en 2024 en Costa Rica*. https://www.swissinfo.ch/spa/costa-rica-econom%C3%ADa_bccr-prev%C3%A9-crecimiento-de-2-7---en-2023-y-3-5---en-2024-en-costa-rica/48249214.

TU. TFT. (2021). *Fuentes de información: primaria y secundaria*. <https://tutfg.es/fuentes-primarias-y-secundarias/>

Untref. (s.f.). *¿Estudio Organizacional u Organización del Estudio?*

Consultado el 01 de noviembre de 2022. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudioorganizacional-u-organizaci%C3%B3ndelestudio#:~:text=El%20Estudio%20Organizacional%20es%20aquel,y%20evaluar%20fortalezas%20y%20debilidades>.

Uriarte. J. (2022). *Enciclopedia Humanidades. Definición y Características-Demanda*. <https://humanidades.com/demanda/>

Anexos

Anexo 1

Cronograma de actividades

Actividad	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estudio de legal y ambiental <ul style="list-style-type: none"> Realizar entrevistas a personas y por medio del internet que trabajen para organizaciones como la Municipalidad de Liberia, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Hacienda, el Instituto Nacional de Seguros, el Registro Nacional, SENASA, SETENA y MINAE para conocer los requisitos legales que se deben cumplir durante el desarrollo del proyecto. Consultar bibliografías de artículos científicos o también documentos de entidades. 				
Estudio Organizacional <ul style="list-style-type: none"> Cree una estructura organizacional y un plan para los roles, responsabilidades y actividades. Diseñar la misión visión, FODA y objetivos estratégicos. Realizar entrevista por medio del teléfono para así poder considerar las funciones, estructura organizacional para la empresa. 				

<p>Estudio de mercadeo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un sondeo dirigido a los clientes potenciales para así poder determinar el grado de aceptación de los productos de la empresa. • La tabulación de los datos obtenidos. • Aplicación del sondeo a los administradores de los supermercados del cantón de Liberia, con el fin de obtener los datos de la demanda del producto de la empresa. También, poder identificar si hay competidores. 				
<p>Estudio técnico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultar a un maestro de obra sobre los materiales que necesitan para la construcción del local. • Realizar cotizaciones de los materiales que se utilizará en la ferretería La Carreta. • Elaborar una lista de insumos sobre la producción de la microempresa Huevos de Codorniz La Arena. • Realizar entrevista por medio telefónico para conocer sobre datos de la infraestructura entre otra información. 				
<p>Estudio financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar los estados e indicadores financieros, según los datos obtenidos. • Determinar y analizar los indicadores financieros del proyecto. • Recolección de información financiera a través de los 				

estudios anteriores.				
• Elaboración de conclusión y recomendaciones				
• Montaje final del trabajo				

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Anexo 2

Certificado

<p>Señores: Municipalidad de Liberia.</p>	
<p>Estimados Señores:</p>	
<p>Por este medio solicito me concedan CERTIFICADO DE ZONA (USO DE SUELO)- de acuerdo al Plan Regulador vigente, de la propiedad inscrita ante Registro público Folio Real # _____, plano catastro G- _____,</p>	
<p>Para el proyecto de solicitar. </p>	
<p>Propiedad a nombre de _____,</p>	
<p>Dicha propiedad esta ubicada en Barrio _____ _____</p>	
<p>AL DIA _____ ATRASADO _____ FIRMA _____</p>	
<p>Atentamente:</p>	
<p>_____</p> <p>Nombre de Solicitante.</p>	<p>_____</p> <p>Firma y # de Cédula.</p>

Anexo 3

Presupuesto de materiales

Insumos	cantidad de unidades
cemento	35
Lámina zinc #28	40
tubo cuadrado 72*72	35
Arena blanca	12
Piedra Gris	10
Perfil Galv 70*50	30
tubo cuadrado 25*25	25
cedazo malla 1*1	30.00

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Anexo 4

Amortización mensual

AÑO 3	25	\$ 7 248,50	79,378	249,38	170,002
	26	\$ 7 076,68	77,559	249,38	171,821
	27	\$ 6 903,02	75,720	249,38	173,660
	28	\$ 6 727,50	73,862	249,38	175,518
	29	\$ 6 550,10	71,984	249,38	177,396
	30	\$ 6 370,81	70,086	249,38	179,294
	31	\$ 6 189,60	68,168	249,38	181,212
	32	\$ 6 006,44	66,229	249,38	183,151
	33	\$ 5 821,33	64,269	249,38	185,111
	34	\$ 5 634,24	62,288	249,38	187,092
	35	\$ 5 445,15	60,286	249,38	189,094
	36	\$ 5 254,03	58,263	249,38	191,117
AÑO 4	37	\$ 5 060,87	56,218	249,38	193,162
	38	\$ 4 865,64	54,151	249,38	195,229
	39	\$ 4 668,32	52,062	249,38	197,318
	40	\$ 4 468,89	49,951	249,38	199,429
	41	\$ 4 267,33	47,817	249,38	201,563
	42	\$ 4 063,61	45,660	249,38	203,720
	43	\$ 3 857,71	43,481	249,38	205,899
	44	\$ 3 649,61	41,278	249,38	208,102
	45	\$ 3 439,28	39,051	249,38	210,329
	46	\$ 3 226,70	36,800	249,38	212,580
	47	\$ 3 011,85	34,526	249,38	214,854
	48	\$ 2 794,69	32,227	249,38	217,153
AÑO 5	49	\$ 2 575,22	29,903	249,38	219,477
	50	\$ 2 353,39	27,555	249,38	221,825
	51	\$ 2 129,19	25,181	249,38	224,199
	52	\$ 1 902,60	22,782	249,38	226,598
	53	\$ 1 673,57	20,358	249,38	229,022
	54	\$ 1 442,10	17,907	249,38	231,473
	55	\$ 1 208,15	15,430	249,38	233,950
	56	\$ 971,70	12,927	249,38	236,453
	57	\$ 732,72	10,397	249,38	238,983
	58	\$ 491,18	7,840	249,38	241,540
	59	\$ 247,05	5,256	249,38	244,124
	60	\$ -	2,643	249,38	246,737

Anexo 4

Presupuesto de jaulas

**Batería de 3 Jaulas para
Codornices Ponedoras
Adultas**

Capacidad máxima 105 codornices

Medidas:

Ancho Frontal 93 centímetros

Altura 145 centímetros

Fondo 60 centímetros, cuenta con:

6 puertas frontales con resortes

Piso de rejilla con desnivel hacia canasta
frontal caída de huevo

3- Bebederos

3 -comederos

3- bandejas

3-pizarras

3-mallas anti desperdicio de alimento

Precio

¢122.500 colones



8436 -3158

Anexo 5

Presupuesto de cajas

11:28
📶 3G 🔋



1000 cajas de huevos de codorniz, plástico de 30 quilates, de Myshire Farm. THI...
Totalmente nuevo

₡ 322 927.88

o Mejor oferta
₡ 203 240.04 por el envío

PATROCINADO



¡500!! Cartones de huevos de codorniz, plástico de 24 quilates, de Myshire Farm. THI...
Totalmente nuevo

₡ 134 553.28

o Mejor oferta
₡ 71 846.07 por el envío

PATROCINADO



100 cajas de huevos de codorniz, plástico de 30 quilates, de Myshire Farm. THI...
Totalmente nuevo

₡ 32 292.79

o Mejor oferta
₡ 60 726.59 por el envío

PATROCINADO




500 cajas de huevos de codorniz, plástico de 30 quilates, de Myshire Farm. THI...
Totalmente nuevo

₡ 161 463.94

o Mejor oferta
₡ 82 314.32 por el envío

Anexo 7

Cotizaciones de materiales

	3101770617 SOCIEDAD ANONIMA	
	Liberia, de la iglesia del Invu 150mts este, antiguo Danto	
	Tel.:2666-3965	
	E-mail.: carretalaguaria@hotmail.com	
CED. JURIDICA 3-101-770617		Fecha : 03/05/2023
FACTURA PROFORMA		Hora : 07:57:26 a.m.
Factura No.0000026629	Fecha : 03/05/2023	Usuario : j025
Cliente: ISAIAS		R1200009
Vendedor: 0034 JOSIE RODRIGUEZ WILMON		

Cód. Artículo	Descripcion	Cantidad	Prec.Unit.	Subtotal
00000001256	Progreso Saco Cemento Gris Uso General UG 50 Kg	35.00	6,800.00	238,000.00
00000004186	Lamina Zinc #28 Comercial 3.66	40.00	7,500.00	300,000.00
00000010028	Tubo Cuadrado 72*72 1.50 mm 6 mts Galvanizado	35.00	19,150.00	670,250.00
00000000477	Metro Arena Blanca	12.00	10,000.00	120,000.00
00000010519	Metro Piedra Quinta Gris	10.00	13,500.00	135,000.00
00000003101	Perfil Galv C 70*50 1/16 1.50 mm 6 mts	30.00	10,590.00	317,700.00
00000012029	Tubo Cuadrado 25*25 1.20 mm 6 mts Galvanizado	25.00	6,678.68	166,967.00
00000018815	Metro Cedazo Malla 1*1"	30.00	906.00	27,180.00
(*)-Exento de impuesto de ventas				
				Subtotal :
				1,975,097.00
				Descuento :
				0.00
				Impuesto :
				256,762.61
				Total :
				2,231,859.61

ESTE DOCUMENTO NO TIENE NINGUN VALOR, NO ES UNA FACTURA DE VENTA NI RECIBO DE DINER
PRECIO SUJETO A CAMBIO EN EL MERCADO SIN PREVIO AVISO
ENTREGA SEGUN EXISTENCIA AL MOMENTO DE LA VENTA
CUENTAS BANCARIAS 3-101-770617

Bancos	Moneda	Cuentas Bancarias
BNCR	DOLARES	200-02-015-00984-2
BNCR	COLONES	100-01-015-007183-9
BAC SAN JOSE	COLONES	939002200
BCR	COLONES	001-0479504-0

Anexo 8

Entrevista Estructurada

Somos estudiantes de Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional, Campus Liberia. La presente entrevista es con fines educativos y las respuestas serán manejadas con discreción. Le agradecemos pueda contestar las siguientes preguntas:

1. Datos del establecimiento

A1. Nombre del negocio: _____

A2. Ubicación: _____

A3. Puesto que desempeña la persona que responde: _____

2. De los siguientes productos, ¿Cuáles venden en su establecimiento? Puede marcar las opciones que desee:

() Huevos de gallina

() Huevos de Codorniz, ya sea en cartón o lata/frasco.

() Otros: _____

3. ¿En su establecimiento que compran más los clientes?

() Huevos de gallina

() Huevos de codorniz

() Otros _____

4. ¿Con qué frecuencia compran huevos sus clientes?

Una vez por semana

Cada 15 días

una vez al mes

Diario

5. De las siguientes opciones, ¿cuáles considera usted que buscan los consumidores de huevos? (respuesta múltiple): calidad, precio, trazabilidad del huevo, tamaño, color. (Puede responder las que desee)

6. Con respecto a los huevos de codorniz, ¿considera que este producto es comprado por el mercado extranjero?

Sí

No (si su respuesta es no, indique el porqué) (pase a la pregunta 6)

7. ¿Por qué considera que los huevos de codorniz no son comprados solo por el mercado extranjero? * (no obligatoriedad)

8. ¿Conoce usted las preferencias de los clientes por los huevos de codorniz?

Sí

No

9. ¿Cuál es su opinión con respecto a que los nacionales compren huevos de codorniz?

No conocen los huevos de codorniz.

Prefieren más los huevos de gallina.

Sí comprarían los huevos de codorniz.

10. ¿Qué presentaciones le parecen más cómodas para la comercialización de los huevos de codorniz? (Unidades por caja)

a) 10

b) 15 a 20

c) 20 a 25

d) 30

11 - ¿Qué métodos de pago posee su establecimiento con respecto a los proveedores?

SINPE Móvil

Efectivo

Depósito bancario

Crédito a 30 días

12. Su establecimiento cuenta con proveedores de huevos de gallina y/o codorniz?

Sí

No

13. ¿Esperando que los huevos de codorniz sean del agrado del público, estaría dispuesto a comercializar este producto en su establecimiento?

Sí

No (si su respuesta es no, indique el porqué) (pase a la pregunta 14).

14. ¿Por qué no estaría dispuesto a comercializar los huevos de codorniz en su establecimiento? (Sin obligatoriedad).

15. ¿Los huevos de codorniz se comercializará a ¢250 la unidad en crudo estaría su establecimiento dispuesto a invertir en este producto a este precio?

Sí, me parece aceptable el precio.

No, me parece un poco elevado el precio.

Anexo 9

Presupuesto de insumos

Insumos de alimentación	Cantidad de unidades
Concentrado	600
Insumos de limpieza	
Cloro	4
Guantes	1
Botas de hule	1
Anteojos	1
Cepillo	1
Jabon en polvo	4
Escoba	1

Anexo 10

Inscripción en el Registro Único tributario

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 bien, 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. *Solo procederá a partir del momento en que se tramite o una fecha anterior, pero nunca a partir de una fecha futura.*

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2022.

Anexo 11

Parámetros

Finca de uso agropecuario destinadas a la producción primaria agrícola o pecuaria	Parámetro para pequeño productor (en ha)	Parámetro para mediano productor (en ha)
Pecuario grupo 1: Pastos naturales, pastos mejorados o forrajes para la producción de ganado bovino de carne o doble propósito; así como caballos y búfalos, incluye sistemas silvopastoriles	≤ 75	> 75 = 200
Pecuario grupo 2: Pastos naturales, pastos mejorados, pastos de corta o forrajes para la utilización en sistemas de producción de lechería especializada, así como estabulados y semiestabulados	≤ 50	> 50 = 125
Pecuario grupo 3: Pastos naturales, pastos mejorados, pastos de corta o forrajes en sistemas de producción de especies pecuarias menores (cabras y ovejas)	≤ 10	> 10 = 20
Pecuario grupo 4: Áreas para estanques de acuicultura de tilapia, trucha o camarón	≤ 5	> 5 = 10
Pecuario grupo 5: Granjas destinadas a la producción de cerdos, aves, conejos, abejas y zoológicos)	≤ 2	> 2 = 5
Plantas ornamentales, flores, follajes y productos de jardinería Grupo 1: producción de plantas vivas (no forestales) en invernadero o ambientales protegidos, vivero de cultivo de tejido	≤ 2	> 2 = 5
Plantas ornamentales, flores, follajes y productos de jardinería Grupo 2: producción de plantas vivas (no forestales) bajo cobertura sarán	≤ 5	> 5 = 15
Plantas ornamentales, flores, follajes y productos de jardinería Grupo 3: producción de plantas vivas (no forestales) a campo abierto. Incluye plantaciones de ciprés ornamental	≤ 10	> 10 = 20
Hortalizas y legumbres grupo 1: papa, cebolla, tomate, chayote, chile dulce y chile picante; incluye producción en invernadero o ambientes protegidos, así como en hidroponía	≤ 1	> 1 = 5
Hortalizas y legumbres grupo 2: lechuga, repollo, zanahoria, pepino, remolacha, brócoli, coliflor, apio, zapallo, ayote, culantro, culantro coyote, rábano, mostaza, arracache, cebollín, hongos, jengibre, berenjena, calabaza, albahaca, orégano, tomillo, ajo y demás hortalizas y legumbres; incluye viveros, además la producción en invernadero o ambientes protegidos, así como en hidroponía	≤ 1	> 1 = 3
Raíces y tubérculos: yuca, tiquisque, malanga, camote, ñame, ñampi	≤ 5	> 5 = 15
Frutales grupo 1: piña, banano, naranja, melón, sandía, mango; incluye viveros	≤ 25	> 25 = 100
Frutales grupo 2: papaya y plátano; incluye viveros	≤ 15	> 15 = 35
Frutales grupo 3: limón ácido, mandarina y otros cítricos; pipa, coco, manzana, ciruela, aguacate, fresa, mora, rambután, cas, carambola, guayaba, maracuyá, higos, manzana de agua, tamarindo, jocote, zapote, nispero, guanábana, anona, pitahaya, caimito etc.; incluye viveros	≤ 5	> 5 = 10
Café, cacao y especias: café, cacao, pimienta, canela, vainilla, incluye viveros	≤ 15	> 15 = 50
Granos básicos grupo 1: arroz, sorgo	≤ 25	> 25 = 100
Granos básicos grupo 2: frijol, maíz	≤ 10	> 10 = 50
Palma aceitera: palma africana, incluye viveros	≤ 15	> 15 = 100
Semillas, cultivos y frutos diversos; plantas medicinales, aloe vera, manzanilla, menta	≤ 1	> 1 = 3
Materiales vegetales trenzables, bambú y productos vegetales que producen fibras naturales (yute, abacá, etc.)	≤ 5	> 5 = 10
Caña de azúcar	≤ 25	> 25 = 75
Pejibaye: palmito y pejibaye para fruta	≤ 5	> 5 = 15
Tabaco	≤ 1	> 1 = 5
Cultivos energéticos: higuera, jatropa, biomasa	≤ 5	> 5 = 10

Anexo 12

Procedimientos MAG



Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica



ANEXO 1

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA				
FORMULARIO PARA LA DECLARACIÓN JURADA DEL PRODUCTOR AGROPECUARIO QUE DETERMINA SU CONDICIÓN COMO PEQUEÑO O MEDIANO PRODUCTOR AGROPECUARIO (PYMPA)				
EXCLUSIVA PARA ACTIVIDADES EN PRODUCCIÓN PRIMARIA AGRÍCOLA Y PECUARIA				
(Cada bien inmueble registrado debe declararse por separado)				
Nombre de la persona física o jurídica propietaria del inmueble:		Nombre del agricultor o empresa agrícola que declara como usuaria del inmueble (solo en caso de ser distinto del propietario del inmueble):		
Edad o año de fundación		Número de identificación		Nacionalidad
EN MI CALIDAD DE (marcar con X):				
Propietario	Arrendatario	Usufructuario	Tenencia en precario	Otro (especifique)
Concesión	Parcela IDA-INDER	Asentamiento	Zona fronteriza	Zona marítimo terrestre
Teléfono	Celular	Correo electrónico		
Provincia	Cantón	Distrito	Barrio o caserío	
Dirección exacta:				
Autoriza el envío de información del MAG a su teléfono celular o correo electrónico		SI	NO	
Está afiliado a alguna organización		SI	NO	Especifique:
Identificación (no consignar guiones ni espacios entre números, sustituir los guiones por ceros cuando proceda)				
Cédula del propietario del inmueble o apoderado				

Anexo 13

Cálculo del rendimiento de mercado

Fecha	Abrir	Cierre*	Cierre ajus.**		
1-jun-23	4183,03		4283,85	4283,85	2,49%
1-may-23	4166,79		4179,83	4179,83	0,25%
1-abr-23	4102,2		4169,48	4169,48	1,46%
1-mar-23	3963,34		4109,31	4109,31	3,51%
1-feb-23	4070,07		3970,15	3970,15	-2,61%
1-ene-23	3853,29		4076,6	4076,6	6,18%
1-dic-22	4087,14		3839,5	3839,5	-5,90%
1-nov-22	3901,79		4080,11	4080,11	5,38%
1-oct-22	3609,78		3871,98	3871,98	7,99%
1-sep-22	3936,73		3585,62	3585,62	-9,34%
1-ago-22	4112,38		3955	3955	-4,24%
1-jul-22	3781		4130,29	4130,29	9,11%
1-jun-22	4149,78		3785,38	3785,38	-8,39%
1-may-22	4130,61		4132,15	4132,15	0,01%
1-abr-22	4540,32		4131,93	4131,93	-8,80%
1-mar-22	4363,14		4530,41	4530,41	3,58%
1-feb-22	4519,57		4373,94	4373,94	-3,14%
1-ene-22	4778,14		4515,55	4515,55	-5,26%
1-dic-21	4602,82		4766,18	4766,18	4,36%
1-nov-21	4610,62		4567	4567	-0,83%
1-oct-21	4317,16		4605,38	4605,38	6,91%
1-sep-21	4528,8		4307,54	4307,54	-4,76%
1-ago-21	4406,86		4522,68	4522,68	2,90%
1-jul-21	4300,73		4395,26	4395,26	2,27%
1-jun-21	4216,52		4297,5	4297,5	2,22%
1-may-21	4191,98		4204,11	4204,11	0,55%
1-abr-21	3992,78		4181,17	4181,17	5,24%
1-mar-21	3842,51		3972,89	3972,89	4,24%
1-feb-21	3731,17		3811,15	3811,15	2,61%
1-ene-21	3764,61		3714,24	3714,24	0,00%
				Promedio mensual	0,60%
				Promedio anual	7,20%