

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS  
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO  
ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON  
ÉNFASIS EN BANCA Y FINANZAS**

**FACTIBILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA DE  
LA CREACIÓN DE UNA  
COMERCIALIZADORA DE LLANTAS Y  
ACCESORIOS PARA AUTOS EN SAN JOSÉ,  
COSTA RICA, 2018**

**Estudiante: Fabiola Soto Valverde**

**Tutor: MSc. Ronald Ortiz Ramírez**

**2018**

DECLARACIÓN JURADA

Yo Fabiola Soto Valverde, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-15490705 egresado de la carrera de Admin. de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Factibilidad Económica-Financiera de la creación de una comercializadora de llantas y accesorios para autos en San José, Costa Rica, 2018.

\_\_\_\_\_ es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 19 días del mes de 07 del año dos mil 18.



Firma del estudiante

Cédula: 115490705

## CARTA DEL TUTOR

Llorente de Tibás, 16 de julio del 2018

**Universidad Hispanoamericana**  
**Sede Llorente**  
**Facultad de Ciencias Económicas**

Estimados señores:

La estudiante Fabiola Soto Valverde, cédula de identidad número 1 1549 0705, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"FACTIBILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA DE LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE LLANTAS Y ACCESORIOS PARA AUTOS EN SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2018."** El cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios, con énfasis en Banca y Finanzas.

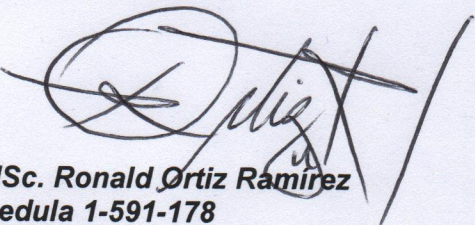
En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINALIDAD DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

  
**MSc. Ronald Ortiz Ramirez**  
**Cedula 1-591-178**

## CARTA DE LECTOR

San José, 14 de agosto de 2018.

**Tatiana Jimenez Carranza, Directora  
Carrera Administración de Empresas  
Universidad Hispanoamericana  
Sede Tibas- Lorente.**

**Estimada señora:**

La estudiante *Fabiola Soto Valverde*, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado *“FACTIBILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA DE LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE LLANTAS Y ACCESORIOS PARA AUTOS EN SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2018”*, el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Empresas.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte a la investigación.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.

**Nombre: José Ismael Alpízar Vargas.  
Cédula: 2-0529-0967  
Carné: 11587 Colegio de Ciencias Económicas.**

San José, 27 de agosto de 2018

Señores

Escuela de Administración de Empresas  
Universidad Hispanoamericana  
Sede Tibás

Hago constar que he llevado a cabo la revisión filológica de la tesis "Factibilidad económica-financiera de la creación de una comercializadora de llantas y accesorios para autos en San José, Costa Rica, 2018", de la estudiante Fabiola Soto Valverde, para optar al grado de Licenciatura en Administración de Negocios.

Se han corregido los aspectos relacionados con la redacción, ortografía, uso de mayúsculas, redundancias, cacofonías, puntuación, entre otros. Por lo tanto, el documento mencionado está apto para ser presentado como proyecto de graduación.



Juan Carlos Iraheta Ruano

Carné n.º 302

Asociación Costarricense de Filólogos

Cc: archivo personal.

# ÍNDICE

<b>ÍNDICE.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>vii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>- 10 -</b>
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>- 10 -</b>
1.1 <i>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</i>	<i>- 11 -</i>
1.1.1 Antecedentes del problema.....	- 12 -
1.1.2 Problematización del problema.....	- 14 -
1.1.2 Justificación del problema .....	- 16 -
1.2 <i>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</i>	<i>- 17 -</i>
1.3 <i>OBJETIVOS .....</i>	<i>- 18 -</i>
1.3.1 Objetivo general .....	- 19 -
1.3.2 Objetivo específico .....	- 20 -
1.4 <i>ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA .....</i>	<i>- 21 -</i>
1.4.1 Alcances.....	- 21 -
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>- 23 -</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>- 23 -</b>

2.1	<i>CONTEXTO HISTÓRICO</i> .....	- 24 -
2.1.1	Reseña de la empresa .....	- 24 -
2.2	<i>CONTEXTO TEÓRICO</i> .....	- 32 -
2.2.1	Estudio de mercado .....	- 32 -
2.2.2	Estudio técnico .....	- 35 -
2.2.2.1	Compromiso con el medio ambiente.....	- 39 -
2.2.2.2	Personal y costo .....	- 40 -
2.2.3	Estudio financiero .....	- 41 -
2.3.1	Variable independiente.....	- 51 -
2.3.2	Variable dependiente .....	- 52 -
2.4	<i>OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS</i> .....	- 53 -
<b>CAPÍTULO III</b> .....		<b>- 55 -</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....		<b>- 55 -</b>
3.1	<i>TIPO DE INVESTIGACIÓN</i> .....	- 56 -
3.1.1	Finalidad .....	- 56 -
3.1.2	Dimensión temporal .....	- 57 -
3.1.3	Marco.....	- 58 -
3.1.4	Naturaleza .....	- 59 -
3.1.5	Carácter .....	- 60 -
3.2	<i>SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN</i> .....	- 62 -
3.2.1	Sujetos de información.....	- 62 -
3.2.2	Fuentes de primera mano .....	- 63 -
3.2.3	Fuentes de segunda mano.....	- 64 -
3.2.4	Fuentes de tercera mano .....	- 65 -
3.3	<i>SELECCIÓN DEL MUESTREO</i> .....	- 66 -

3.4 <i>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN</i> .....	- 68 -
3.4.1 La entrevista .....	- 68 -
3.4.2 La observación .....	- 68 -
3.4.3 Análisis de contenido cuantitativo .....	- 69 -
3.4.4 Pruebas estandarizadas e inventarios .....	- 70 -
3.4.5 Datos secundarios (recolectados por otros investigadores) .....	- 71 -
3.4.6. Instrumentos mecánicos o electrónicos .....	- 72 -
3.5 <i>DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES</i> ....	- 73 -
3.5.1 Variable independiente.....	- 74 -
3.5.2 Variable dependiente .....	- 75 -
3.5.3 Cuadro operacionalización de las variables.....	- 76 -
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>- 78 -</b>
<b>ANÁLISIS DE DATOS</b> .....	<b>- 78 -</b>
4.1 <i>Estudiar el mercado para apertura de una comercializadora de llantas y accesorios para autos, en Zapote, San José, Costa Rica</i> .....	- 79 -
4.1.1 Tránsito diario promedio anual (TPDA).....	- 79 -
4.2 <i>Determinar los aspectos técnicos para la instalación y puesta en marcha de la comercializadora</i> .....	- 81 -
4.2.1 Localización.....	- 81 -
4.2.2 Alquiler del local .....	- 81 -
4.2.3 Aspectos físicos del local .....	- 82 -
4.2.4 Mobiliario, equipo y suministros .....	- 82 -
4.2.5 Costo mobiliario y equipo .....	- 85 -
4.2.6 Gastos fijos mensuales .....	- 88 -
4.2.7 Aspectos administrativos.....	- 93 -
4.2.8 Análisis FODA .....	- 98 -

4.2.9 Estudio legal .....	- 100 -
<b>3.3 Realizar un análisis financiero para el proyecto.....</b>	<b>- 113 -</b>
4.3.1 Inversión inicial .....	- 114 -
4.3.2 Proyección de ingresos .....	- 117 -
4.3.3 Proyección de costos y gastos.....	- 123 -
4.3.4 Costo de capital.....	- 126 -
4.3.5 Estado de resultados proyectado.....	- 127 -
4.3.6 Proyección de flujo de efectivo.....	- 136 -
4.6.7 Valor actual neto de la inversión .....	- 143 -
4.6.8 Tasa interna de retorno .....	- 145 -
4.6.9 Punto de equilibrio.....	- 146 -
4.6.10 Análisis de sensibilidad .....	- 148 -
 <b>CAPÍTULO V .....</b>	 <b>- 150 -</b>
 <b>Conclusiones y recomendaciones .....</b>	 <b>- 150 -</b>
5.1 Conclusiones.....	- 151 -
5.1.1 Creación de una comercializadora de llantas y accesorios para autos en Zapote, San José, Costa Rica .....	- 151 -
5.1.2 Estudio de mercado .....	- 151 -
5.1.3 Estudio técnico .....	- 152 -
5.1.4 Aspectos administrativos.....	- 153 -
5.1.5 Estudio legal.....	- 153 -
5.1.6 Estudio financiero .....	- 154 -
Conclusión general.....	- 155 -
 <i>Recomendaciones.....</i>	 <i>- 156 -</i>
Emprender un negocio .....	- 156 -
Mercado.....	- 156 -

Estudio técnico .....	- 156 -
Aspectos administrativos.....	- 157 -
Aspectos legales .....	- 157 -
Aspectos financieros .....	- 157 -
Recomendación final .....	- 158 -
 <b>CAPÍTULO VI.....</b>	 <b>- 159 -</b>
 <b>PROPUESTA .....</b>	 <b>- 159 -</b>
 <b>BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA .....</b>	 <b>- 164 -</b>
 <b>ANEXOS.....</b>	 <b>- 168 -</b>

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este esfuerzo en primer lugar a Dios, que cada día me da la fuerza necesaria, la salud, la fe y el optimismo que necesito para seguir adelante y vencer todos los obstáculos que se me puedan presentar.

A mis padres por el apoyo incondicional que me dan, por creer en mí y llenarme de ánimo y fuerzas para continuar.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi hermano David por estar siempre a mi lado y brindarme su apoyo, por convertirse en mi mayor motivación para ser cada día mejor.

A todos los profesores que estuvieron a lo largo de mi carrera, dedicando su valioso tiempo y aportando información para poder culminar este trabajo, por ayudarme a ser una persona exitosa y brindarme el conocimiento necesario para desarrollarme como profesional.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La investigación se ha llevado a cabo en la provincia de San José, Zapote, Costa Rica, durante el primer semestre del 2018.

### 1.1.1 Antecedentes del problema

Hoy en día se puede observar como el transporte en nuestro país es cada vez más complicado. Muchas veces el mal servicio que ofrece el transporte público y la facilidad con que se puede adquirir un vehículo en una agencia o bien en una venta de automóviles usados son los detonantes de que la mayor parte de la población costarricense decida adquirir su propio vehículo para transportarse diariamente, a raíz de esto existe una sobrepoblación vehicular, y con esto las personas cada día más dependen de su propio transporte.

Para el año 2015 los vehículos automotores en circulación correspondían a 1.346.344, de estos 833.570 son automóviles, 12.635 taxis y 255.917 motocicletas. (Instituto Nacional de Encuesta y Censos [INED], 2015. <http://www.inec.go.cr/documento/cuadro-951-costa-rica-vehiculos-automotores-en-circulacion-segun-estilo-2012-2015>. (2015)

Las personas en los últimos tiempos ven los automóviles como una necesidad y no como un lujo, es por ello que la demanda de vehículos en nuestro país ha aumentado. Para el 2016 se importaron 19.713 vehículos usados y nuevos. (Ministerio de Hacienda [MH], s.f. <http://www.hacienda.go.cr/contenido/13578-toda-estadistica-de-autos>. (s.f.).

El mercado dirigido a medios de transporte se ha convertido en una necesidad para las personas, por lo cual el cambio de llantas en los automóviles es indispensable para poder circular sin ningún inconveniente, y con ello evitar multas y accidentes.

La sustitución y utilización de llantas que evidencien interferencias o limiten el funcionamiento normal del sistema de dirección o suspensión, tales como rozamientos con partes de la carrocería o disminuciones en el rango de giro del vehículo, afectan la seguridad de este. (Revisión Técnica Vehicular [RTV], s.f. RTV, s.f. p. 26).

Basados en las leyes y requerimientos que nuestro país exige se ve una oportunidad de crear una comercializadora de llantas en la provincia de San Jose, Costa Rica con el fin de explotar este mercado.

### **1.1.2 Problematicación del problema**

Las exigencias del mercado, la constante competencia y la escasez de los recursos son algunas de las razones por las que hoy los inversionistas buscan disminuir el riesgo de perder dinero en los negocios. Es por ello, que los estudios de factibilidad se han convertido en la mejor alternativa cuando se quiere iniciar en un negocio que no se sabe a ciencia cierta si logrará generar las suficientes utilidades para sostenerse y prosperar.

(Harris & Santos, 2013, p. 20).

La gran mayoría de comercializadoras llegan a la quiebra por falta de planeación e investigación.

Algunos inversionistas por desconocimiento arriesgan sin conocer el mercado al cual le van a ofrecer el producto, dejan de analizar si el mismo va a generar la rentabilidad necesaria para subsistir.

Es por ello que un análisis de factibilidad guía al inversionista a tomar una decisión de acuerdo a los resultados.

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario someterlo al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas. Una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada sólo desde un punto de vista. Aunque no se puede hablar de una metodología estricta que guíe la toma de decisiones sobre un proyecto, debido a la gran diversidad de proyectos y a sus diferentes aplicaciones, sí es posible afirmar categóricamente que una decisión siempre debe estar fundada en el análisis de un sinnúmero de antecedentes con la aplicación

de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al proyecto. (Baca, 2016, p. 02).

### **1.1.2 Justificación del problema**

La presente investigación se caracteriza por ser de conveniencia (Hernández et al., 2014) , debido a que realizar un estudio completo de la factibilidad que va a general el negocio antes de invertir, lo cual permite eliminar incertidumbre y lleva a la toma de decisiones responsables.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

**¿Cuál es la factibilidad económica- financiera para la creación de una comercializadora de llantas y accesorios para autos en San José, Costa Rica?**

### **1.3 OBJETIVOS**

Sampieri et, al (2014), indica que los objetivos de investigación señalan a lo que se aspira en esta y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio.

### **1.3.1 Objetivo general**

El objetivo general constituye la finalidad de la investigación, el verbo utilizado debe corresponder a un proceso que culmine con lo que este plantea. (Manual de la Universidad Hispanoamericana (2018), p. 16).

Los objetivos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas. (Hernández Sampieri R, Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 70).

Debe reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación. (Manual de la Universidad Hispanoamericana, 2018, p. 16).

**Determina la factibilidad económica-financiera de una comercializadora de llantas y accesorios para autos en Zapote, San José, Costa Rica.**

### **1.3.2 Objetivo específico**

Los objetivos específicos son los pasos que se dan para lograr el objetivo general.

(Manual de la Universidad Hispanoamericana, 2018, p. 15).

Se desprenden del general y deben formularse de forma que estén orientados al logro del objetivo general, es decir, que cada objetivo específico esté diseñado para lograr un aspecto de aquel; y todos en su conjunto, la totalidad del objetivo general. (Bernal, 2010, p. 99).

- 1 Estudiar el mercado para la apertura de una comercializadora de llantas y accesorios para autos, en Zapote, San José, Costa Rica.**
- 2. Determinar los aspectos técnicos para la instalación y puesta en marcha de la comercializadora.**
- 3. Realizar un análisis financiero para el proyecto.**

## **1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA**

### **1.4.1 Alcances**

La investigación abarca a la clientela vehicular que transita en el cantón de Zapote, provincia de San José, Costa Rica. Esta se ha realizado en el primer semestre del año 2018 y ayudará en la toma de decisiones de un grupo de inversionistas.

### **1.4.2 Limitaciones**

La presente investigación se ha llevado a cabo bajo el método de observación en la zona de San José, Zapote, Costa Rica.

Una de las principales limitaciones fue la obtención de información, debido a que no se podían realizar encuestas al mercado estrella, esto porque era imposible detener el tránsito vehicular que circula en la zona de Zapote para realizar una encuesta.

La falta de información actualizada por parte del Ministerio de Obras Públicas debido a que el último conteo vehicular en esa zona fue en el año 2016.

El costo del mobiliario y equipo puede variar a través del pasar de los días, sin embargo se espera que se mantengan los precios estimados un mes más. No obstante no se debe de descartar la opción de que los precios cambien en el momento que se quiera hacer la compra para abrir el negocio.

El local que se pretende alquilar en este momento se encuentra ocupado, por lo que se debe esperar a que los actuales inquilinos se vayan de forma legal.

Se quiere realizar la apertura lo más pronto posible, sin embargo el tiempo que requiere todo el papeleo para su creación es relativamente largo.

Para la presente investigación se toma como limitante el tiempo debido a que no se podía dedicarle en un 100% al proyecto, por lo que se requirió de una organización que permitiera que el poco tiempo con el que se contaba se extendiera para cumplir con todos los requisitos de este.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## 2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

### 2.1.1 Reseña de la empresa

Para comenzar vamos a definir que es una comercializadora:

Una empresa comercializadora es aquella que, como su mismo nombre lo dice, se encarga de comercializar un producto finalizado. Podríamos decir entonces, que la razón de ser de una empresa comercializadora es mercadear un producto y/o servicio ya existente o manufacturado. Así pues, la comercializadora se encarga de dar las condiciones y organización a un producto y/o servicio para su venta al público.

(<http://conceptodeinicion.de/comercializadora/>. 2015).

Por otro lado, debemos de decir que un emprendedor es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social que está generando algún tipo de innovación, empleos o bien apoyo a la sociedad (Arrázola, 2003, p. 01).

Los emprendedores existen hace muchos años atrás desde los tiempos de nuestros abuelos agricultores y ganaderos, quienes buscaban emprender y explotar al máximo los recursos que tenían. Las personas han ido modernizando un poco este término debido a que la tecnología lo ha hecho un poco más sencillo, sin embargo, emprender no es algo que se pueda realizar de la noche a la mañana es algo que requiere tiempo y la vez un largo estudio que indica si el producto o servicio a ofrecer es lo que necesitan las personas. De este modo se

logra eliminar considerablemente el riesgo poniendo a prueba varios elementos clave que llevarán a la investigación a un desenlace positivo o negativo.

En un estudio de evaluación de proyectos se distinguen tres niveles de profundidad:

Perfil: Estudio inicial que, a partir de una idea basada en el juicio común y en términos monetarios, solo presenta cálculos globales.

Anteproyecto: Estudio que profundiza en la investigación de mercado, detalla la tecnología a emplear, determina los costos totales, la rentabilidad económica y es la base para que los inversionistas tomen una decisión.

Proyecto definitivo: Estudio final que contiene la información del anteproyecto más los canales de comercialización para el producto, contratos de venta, actualización de las cotizaciones de la inversión y presenta planos arquitectónicos. (Baca, 2016, p. 04).

La empresa que se desea emprender esta dedicada a la comercialización de llantas y accesorios para autos, la idea nace aproximadamente un año en el seno familiar, debido a la experiencia que presenta la familia en el área a desarrollar.

Anteriormente en este mismo local existía una comercializadora de llantas llamada Llantrek la cual pertenecía a amigos muy cercanos de la familia. Esta cerró las puertas al público hace dos años, debido a que uno de los socios debía volver a su país natal y el otro socio que continuaba en Costa Rica no quiso continuar con la administración de esta, ya que él tiene un bufete de abogados por lo cual se le dificultaba llevar ambos negocios al mismo tiempo.

La idea es aprovechar esa experiencia y la clientela que de alguna u otra manera ya estaba formada para volver a abrir una comercializadora de llantas en esta zona.

Giovanni Soto Duarte, exgerente de ventas de Llantrek, S.A., nos indica que el negocio era bastante generoso y que debido al alto tránsito que hay en esa zona siempre se lograba captar clientela.

### **2.1.1.1 Ubicación**

Un aspecto muy importante a considerar es la ubicación, debido a que de esta depende su éxito.

Si nuestra empresa está ubicada en un lugar donde la necesidad principal no es de interés, muy posiblemente se tenga dificultad a la hora de vender. Por ejemplo, si se quiere emprender con un negocio dedicado a la venta de helados, lo más lógico es ubicarlo en una zona calurosa, donde la necesidad principal sea refrescarse, no se está afirmando que si colocamos la misma heladería en la montaña no se vaya a vender. Sin embargo, no serán las mismas ventas debido a que en un clima cálido las personas por lo general buscan bebidas calientes.

Por otro lado, debe considerarse que hay cierto tipo de empresas, como las de ventas al por menor, que tienen un alto grado de riesgo de fracaso si están mal ubicadas; en cambio, otras organizaciones bien pueden subsistir perfectamente sin este requisito, por ejemplo, las empresas de servicios de reparaciones o los despachos, las cuales por lo general están en condiciones de crecer sin tener que afrontar el alto costo asociado con una ubicación ideal. (Jacques, 2011, p. 06).

El cantón de Zapote se caracteriza por ser de alto tránsito vehicular, de ahí nace la idea de colocar en esa zona una comercializadora de llantas y accesorios para automóviles. Estel local se encuentra estratégicamente sobre la pista después de la rotonda Zapote, por lo que se convierte en un punto visible, además de que en su mayoría es transitado por el mercado estrella de esta.

A pesar de que Zapote se caracteriza por ser una zona que principalmente su uso de terreno es para vivienda, se puede decir utilizando el método de

observación, que Zapote con el pasar del tiempo ha ido tomando mucha fuerza en el área comercial. Cerca de donde se quiere poner en marcha la comercializadora de llantas se encuentra Multiplaza del Este, centro comercial el cual es bastante visitado en nuestro país lo que genera un mayor tránsito vehicular en la zona, que beneficia indirectamente al proyecto a emprender.

Se debe tomar en cuenta que 125 metros este de la Rotonda de las Garantías Sociales se encuentra un taller de la Toyota, siendo este una amenaza para el proyecto, pero a la vez lo podemos convertir en una oportunidad, ya que al ser un servicio de agencia se deben sacar citas y muchas veces estas están agotadas, por lo que se podrá captar esa parte de la clientela que queda por fuera.

Por otro lado, en la zona existen dos llanteras, pero únicamente se dedican a la reparación de llantas por lo que tienen influencia con el negocio. Sin embargo no es la actividad principal de este, por lo que se puede decir que no representa una mayor amenaza para el proyecto.

### **2.1.1.2 Producto**

Para realizar este proyecto es necesario hacer un estudio de mercado el cual nos indicara no solo si el producto es una necesidad en el área, sino también nos mostrara, los productos que tendrán mayor movimiento y a la vez investigar cuáles otros servicios se pueden brindar además del cambio de llantas.

El local es bastante amplio por lo que se espera sacar el máximo provecho a este.

Dentro de los productos que se pretenden comercializar se encuentran llantas para auto y motocicleta, aros, productos de limpieza para el auto.

Dentro de los servicios podemos destacar el cambio de llantas, reparación de llantas y mecánica rápida, no obstante, son proyectos que se irán incorporando poco a poco, no se debe de perder de vista que para iniciar la actividad principal será la comercialización de llantas.

Es muy importante tener en cuenta cuál es el valor que realmente la clientela está dispuesta a pagar por el producto o servicio ofrecido, para ello es necesario realizar un análisis de precios que nos muestre el verdadero costo y así poder mostrarse ante la competencia.

### 2.1.1.3 Mercado

Lo primero que debemos preguntarnos antes de decidir a emprender es: ¿tengo mercado? Esta es una de las preguntas más importantes antes de iniciar, investigar el mercado, observar si realmente el lugar en donde se va a ubicar el negocio es atractivo, luego de hacerse esta pregunta y darse cuenta que si existe mercado se debe preguntar: ¿Cómo se atrae ese mercado? y ¿cómo se logra que llegue hasta el negocio?

Es necesario recordar que los clientes son los participantes más importantes en el microentorno de la compañía. El objetivo de toda la red de transferencia de valor consiste en atraer a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos. (Kotler. P y Armstrong. G., 2017, p. 72).

Tomando en cuenta que el producto a ofrecer no es innovador se pretende brindar un servicio de calidad para ganar clientela, contemplando originalidad y amabilidad.

Los programas de lealtad son un factor de motivación para los clientes realmente importante por lo que la implementación de este conseguirá que muchos de los clientes se comprometan con el negocio.

Por otro lado, tener en cuenta la diferenciación que es el proceso de distinguir la oferta de mercado con la finalidad de crear un mayor valor para el cliente. Kotler. P y Armstrong. G. (2017), P.170, ¿nos convierte en una empresa comprometida y nos da un alto valor frente a la competencia.

Conocer la competencia y saber qué es lo que esta le ofrece al cliente es responsabilidad de la administración del negocio, debido a que siempre se debe

estar dispuesto a ofrecer lo mejor al cliente, compitiendo y posicionándose en el mercado como uno de los mejores. No se trata únicamente de averiguar si se tiene mercado, sino que el reto está en hacerlo llegar y a la vez mantenerlo.

## 2.2 CONTEXTO TEÓRICO

### 2.2.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado va a permitir identificar mediante diferentes variables qué es lo que realmente se necesita para que el proyecto tenga éxito. Este consiste en un análisis en el cual se busca indagar a nuestros futuros clientes para determinar cuáles son sus necesidades a satisfacer y si realmente el producto a ofrecer va a tener aceptación o bien ingeniar una idea para tratar de adecuar ese producto o servicio a lo que ellos requieren. Lo importante es buscar el mercado correcto a nuestro producto o servicio.

Si bien es cierto todo negocio comienza con la idea de un producto o servicio a ofrecer, esto no es suficiente si le damos un enfoque erróneo a este, puede que para una persona ese producto o servicio sea una gran idea mientras que para otros no lo sea.

Por medio del estudio de mercado se puede observar cómo las personas reaccionan a este, si la zona en el cual se va a realizar el proyecto es el adecuado o, por lo contrario, debemos buscar otro lugar que sea de mayor conveniencia. Para ello existen varios métodos que permiten recolectar la información y con ello averiguar lo que se requiere.

Durante toda la enseñanza recibida en la carrera de administración de empresas, muchos de los profesores siempre mencionan que el cliente es lo más importante. Por ello que se debe de invertir en el estudio de mercado y no verlo como un gasto innecesario, ya que este nos dará la llave del éxito, entre más el propietario conozca a su cliente, más herramientas tendrá para defenderse y

complacerlo, inclusive darle una leve modificación a su producto o servicio para lograr que este cumpla con los estándares que exige el cliente.

Un estudio de mercado es “la primera parte de la investigación formal del análisis. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (Baca, 2016, p. 18).

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación como por los costos e inversiones implícito (Sapag, 2014, p. 29).

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos debido a la incidencia de esta en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto. (Sapag, 2014, p. 61).

La demanda se relaciona con cuántos clientes tengo para los productos o servicios que ofrezco.

En este sentido, es importante distinguir la diferencia entre la demanda que tiene un producto en un determinado mercado de la demanda que tendrá el proyecto. Mientras la primera representa las cantidades demandadas en una unidad de tiempo determinada por un conjunto de consumidores en un área geográfica, la segunda representa cuántas de esas unidades consumidas en ese mercado serán provistas por el proyecto. (Sapag, 2014, p. 61).

De acuerdo con la teoría de la demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los

consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor. (Sapag, 2014, p. 62).

Es por ello que se debe de hacer todo una investigación de precios para que todo se relacione entre sí y obtener una demanda voluminosa que esté de acuerdo con todos los aspectos antes mencionados.

En términos generales, la cantidad demandada de un bien aumenta: si baja el precio del producto, aumenta el precio de los bienes sustitutos, se reduce el de los complementarios, aumenta el ingreso del consumidor e incrementan las preferencias del consumidor por ese producto.

En el estudio de la viabilidad de un proyecto es vital la definición adecuada de la naturaleza de la demanda del bien que se producirá, así como de las variables que la modifican y de la magnitud de la reacción ante cambios en ciertos parámetros que se consideren apropiados. (Sapag, 2014, p. 62).

Muchas veces se establece el precio de transacción de un producto o servicio basándose en la fórmula  $\text{costos} + \text{utilidad}$ , esto no está mal, sin embargo se debe inspeccionar a ver cuál es el precio que tiene este mismo producto o servicio en la competencia, de esta forma se averiguará si estamos en el mismo rango de otra forma tendremos que ajustar el precio o los costos.

### **2.2.2 Estudio técnico**

Este estudio contempla ciertos factores como la capacidad de la empresa, la tecnología a utilizar, el compromiso con el medio ambiente, los insumos requeridos, entre otros.

Todo lo anterior nos va a mostrar los recursos y aptitudes que tiene esta para desempeñar de la forma correcta, es necesario determinar cuáles son las habilidades que más podemos explotar de esta y de qué nos debemos cuidar.

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal". (Baca, 2016, p. 06.).

En cuanto al tamaño óptimo de la planta y la localización el local debe ser espacioso para poder almacenar un inventario de llantas y a la vez contar con área de espera y área de trabajo, que es donde se realiza el cambio de llantas y la revisión de vehículos. Es importante que este tenga un tamaño adecuado para que la labor a realizar cumpla con la calidad y comodidad necesaria, y todo se encuentre en una zona estratégica y que sea la más conveniente.

Además es muy importante que este cuente con parqueo para clientes en los cuales puedan esperar sin inconveniente alguno.

Dentro de la ingeniería del proyecto es muy usual que se lleve a cabo de diversas formas y encontrar perspectivas diferentes, debido a que estos son distintos procesos por los que pasa el propietario para poner en marcha el negocio. Estas son una serie de decisiones que se tomen con base en el presupuesto y las necesidades que tenga cada negocio, dentro de estas

decisiones se debe de tomar en cuenta que los activos a utilizar deben ser investigados antes de adquirirlos. Existen muchas compañías que cometen el error de comprar sin realmente indagar si la maquinaria es la idónea para la tarea que se va a realizar. Esta labor es realmente importante debido porque nos ahorra caer en costos innecesarios, una mala compra puede hacer que la compañía no tenga el recurso económico necesario para operar.

Dentro de la maquinaria que necesita la comercializadora para operar se puede citar:

**Balancedora y desarmadora de llantas:** Para llevar a cabo el balanceo por computadora son necesarios 3 parámetros; la distancia del equipo al rin, el ancho del rin y el diámetro del rin. A este proceso de introducción de estos parámetros le llamamos entrada de datos.

Una vez que la computadora dentro del balanceador recibe estos 3 datos y responde a la información enviada por un sensor de velocidad de rotación, que al mismo tiempo controla la velocidad de rotación del eje.

Cuando se alcanza la velocidad requerida, el sistema mecánico desacopla automáticamente el eje de manivela accionada desde el eje de la rueda de manera que este gira "libremente" y sin interferencias aplicadas externamente para las mediciones de desbalance.

Múltiples transductores espaciados a lo largo del eje, determinan el desbalance en los planos interior y exterior de la llanta, de esta manera la computadora indica el peso correcto requerido para balancear y las posiciones de montaje de los plomos en el montaje. (Automotive Equipment

[ATLAS] (2018) <https://www.autoequipos.com.mx/Balanceadoras-de-Llantas-FAQ-s/126.htm> ATLAS (2018).

**Elevador para automóvil:** Los elevadores hidráulicos son unos aparatos mecánicos que se emplean para levantar objetos pesados, por ejemplo, un automóvil que necesita una reparación común como cambiar una de sus ruedas, facilitando el acceso a este para que todo el proceso se lleve a cabo con mayor rapidez. Los elevadores se usan con todo tipo de vehículos, desde motos, quads hasta grandes automóviles y pueden utilizarse tanto en entornos profesionales como en el ámbito doméstico.

(Venta de generadores. Net (s.f.)

<http://www.ventageneradores.net/blog/guia-elevador-hidraulico-que-es-para-que-sirve-como-funciona-tipos/>).

**Compresor Industrial de aire:** Los compresores de aire son aparatos que proporcionan energía a las herramientas y las máquinas industriales gracias a un sistema de funcionamiento concreto. Este sistema se basa en tomar gas, que normalmente y en la mayoría de las ocasiones es aire, que después comprimen en un espacio reducido llamado tanque. (Técnica Industria sl (s.f.) <https://folchtecnicaindustrial.com/como-funcionan-los-compresores-de-aire/>).

**Pesas de plomo para balancear llantas:** Sirven para balancear la rotación de las llantas, por ejemplo: si pegas un pedazo pequeño de chicle en una aspa de un ventilador de esos que se usan en casa, veras que al ponerlo en marcha empieza a vibrar escandalosamente, eso es porque el pedazo de

chicle lo desbalancea poniendo más peso en uno de las aspas haciendo que no gire perfectamente sobre su eje, análogamente cuando se fabrica una llanta tiene imperfecciones que son imposibles de evitar por la naturaleza misma del caucho, como la llanta no se puede limar -porque se echaría a perder-, en vez de quitarle el pedazo sobrante, se agrega plomo (contrapeso) para balancear el peso. (Industrias Vermar (s.f.) <http://vermar.com.mx/preguntas-frecuentes-sobre-los-contrapesos-plomos/0>).

También son necesarias las herramientas manuales para el desmontaje de llantas.

En cuanto al mobiliario, se necesitarían estantes especiales para montar las llantas, unos sillones y una pantalla para la sala de espera.

### **2.2.2.1 Compromiso con el medio ambiente**

Cuando se crea una comercializadora se debe de ser responsable con todos los factores que en esta se involucran, entre los cuales está el compromiso con el medio ambiente, debido a que la empresa que se quiere desarrollar puede ocasionar graves problemas al entorno.

Una llanta es un artículo con una estructura compleja que transmite al camino las fuerzas necesarias del motor para lograr la propulsión. Junto con la suspensión, la llanta compensa las desigualdades de la superficie del pavimento para asegurar un manejo confortable, por lo tanto, la llanta actúa como un contenedor para mantener aire bajo presión. (López, 2014, p. 20).

El daño que el hule o el material con el que está confeccionada la llanta no es el que provoca el daño inmediato al medio ambiente; algunos países las usan hasta para crear arrecifes marinos artificiales. Sin embargo, las llantas en su acumulación controlada o incontrolada sí representan riesgos. (López, 2014, p. 20).

Algunos de los problemas que generan en nuestro país son: criaderos de fauna nociva, como insectos, ratas, entre otros; los cuales generan enfermedades altamente peligrosas para la sociedad.

En nuestro país existen muchas empresas las cuales se llevan las llantas y con estas realizan el procedimiento adecuado, para que estas no generen ningún tipo de contaminación. La idea es que la comercializadora a desarrollar también sea amigable con el ambiente.

Por otro lado, en nuestro país existe una gran cantidad de artesanos los cuales convierten las llantas viejas en hermosas obras.

### **2.2.2.2 Personal y costo**

En consecuencia, podríamos definir la Administración del Potencial Humano como el proceso proactivo de planear, organizar, dirigir y controlar los fundamentos, técnicas, metodologías y/o prácticas especializadas de reclutamiento, selección, capacitación, evaluación del desempeño, carreras y remuneraciones para desarrollar de forma sinérgica e integrada la salud espiritual, la salud emocional, la salud racional y la salud fisiológica de los trabajadores y de la institución en su conjunto. (Louffat, 2012, p. 03).

Tomando en cuenta que la comercializadora que se desea constituir cuenta con un personal a contratar considerablemente bajo, la mano de obra sería el encargado de cambiar las llantas y repararlas, además este debe de tener conocimientos en mecánica, porque él será el responsable de esta labor.

Un factor muy importante es el administrador, quien será el encargado de dirigir la comercializadora y verificar que no falte nada para poder operar de la mejor forma posible.

Por otro lado, se pretende contratar a un vendedor el cual se encargará de llegar a la meta diaria para poder subsistir en el mercado.

### 2.2.3 Estudio financiero

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (Sapag, 2014, p. 34).

Las corporaciones financian sus inversiones mediante la solicitud de préstamos, la retención y reinversión de flujos de efectivo y la venta de acciones de capital adicionales a los accionistas de la corporación. De este modo, el administrador financiero de una corporación se enfrenta a dos amplias preguntas financieras: ¿qué inversiones debe hacer la empresa? y ¿cómo se pagan estas inversiones? La primera pregunta se relaciona con gastar dinero; la segunda, con conseguirlo. (Brealey, 2015, p. 01).

El estudio financiero a realizar estará dirigido a averiguar la rentabilidad de la comercializadora a desarrollar, se debe conocer de qué forma esta puede llegar al éxito y cómo maximizar sus ventas mediante la compra inteligente, la reducción de gastos y la buena toma de decisiones, realizando un análisis numérico que muestran el panorama total de la compañía en un periodo de tiempo.

Por otro lado, el análisis es de suma importancia para evitar riesgos altos en esta.

Se han desarrollado muchos métodos para incluir el riesgo y la incertidumbre de la ocurrencia de los beneficios que se esperan del proyecto, algunos de los cuales incorporan directamente el efecto del riesgo en los datos del proyecto, mientras que otros determinan la variabilidad máxima que podrían experimentar algunas de las variables para que el proyecto siga siendo rentable. (Sapag, 2014, p. 35).

Evaluar un proyecto puede llevar a conclusiones erradas con respecto a este. No todos los proyectos, por rentables que sean, deben implementarse de inmediato, aun cuando existan los recursos necesarios, si se detecta que podría maximizarse su rentabilidad postergando su iniciación. (Sapag, 2014, p. 35).

### 2.2.3.1 Determinación de costos

Para competir en este ambiente globalizado, las empresas necesitan determinar cuánto les cuesta fabricar sus productos o generar sus servicios, con el fin de establecer sus precios de venta y conocer cuáles productos o servicios les aportan los mayores rendimientos. También deben realizar las proyecciones a futuro, porque esto les permite ver de qué manera se verán afectados los resultados que esperan obtener por las decisiones que tomen hoy. (Lambretón y Gaza, 2016, p. 02).

También podemos definir la palabra costo como un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad). (Baca, 2016, p. 179).

En la evaluación de un proyecto nuevo, todos los costos y beneficios deben ser considerados en el análisis, en la evaluación de proyectos de modernización deben incluirse solo aquellos que son relevantes para la comparación. Un costo o beneficio es relevante si es pertinente para una decisión. Si, por ejemplo, se está evaluando la conveniencia de reemplazar una motoniveladora, no interesa el costo en que incurre la empresa en su sistema de comunicaciones, ya que, con o sin proyecto de cambio, este costo seguirá siendo el mismo. Es decir, la cuantía del gasto en comunicaciones es un costo irrelevante para tomar la decisión de reemplazar una motoniveladora, como sería irrelevante el sueldo de un

chofer para determinar la conveniencia de sustituir una ambulancia o el monto del seguro contra incendio de un edificio si se evalúa pintar o empapelar sus oficinas. (Sapag, 2011, p. 21).

Los costos vienen a ser una parte muy importante en el arranque de un negocio, el incurrir en costos innecesarios puede comprometer al negocio dejándolo con un flujo de caja muy bajo para arrancar, y mucho ahorro de los costos también puede provocar un mal funcionamiento del negocio, porque pueden ser vitales para el desempeño correcto de este.

### 2.2.3.2 Inversión total inicial

La inversión inicial como bien lo dice la palabra es el arranque del negocio, la cual consiste en adquirir todo lo que la empresa requiere para comenzar a operar.

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre: desde la ropa que vestimos hasta los alimentos procesados que consumimos y las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de su venta comercial, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomó la decisión de producirlo en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica. Por lo tanto, siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, hacerlo es la única forma de producir dicho bien o servicio. (Baca, 2016, p. 02).

En otras palabras, la inversión inicial corresponde a la recopilación de todos los activos, ya sean tangibles o intangibles que la empresa adquiere para luego ser depreciados según su valor.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de este, sin que ello

ocasiona problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante). Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su buen funcionamiento y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, Internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales, estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa...etcétera. (Baca, 2016, p. 175).

### 2.2.3.3 Flujos de caja

Una vez que se obtienen los análisis anteriores se procede a la realización del flujo de caja.

La información básica para realizar la proyección del flujo de caja la proporcionan los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero. Al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada con los efectos tributarios de la depreciación, con la amortización del activo nominal, con el valor residual, con las utilidades y pérdidas, principalmente. (Sapag, 2014, p. 225).

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) ingresos y egresos de operación, b) egresos iniciales de fondos, c) momento en el que ocurren estos ingresos y egresos, y d) valor de desecho o salvamento del proyecto. (Sapag, 2014, p. 226).

El flujo de caja se expresa en momentos, que corresponde a los intervalos de tiempo definidos para efectuar la proyección de flujos, los cuales pueden ser mensuales, trimestrales, semestrales o anuales. El criterio de selección de intervalos obedecerá a la magnitud y relevancia de los flujos considerados en la evaluación, donde el costo de oportunidad de los recursos desempeña un rol importante en su determinación. (Sapag, 2014, p. 226).

#### **2.2.3.4 Costo de capital**

El costo de capital corresponde a aquella tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que debe exigírsele a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares.

(Sapag, 2014, p. 274).

Una de las variables que más influye en el resultado de la evaluación de un proyecto es la tasa de descuento empleada en la actualización de sus flujos de caja. Aunque todas las variables restantes se hayan proyectado en forma adecuada, la utilización de una tasa de descuento inapropiada induce a un resultado errado en la evaluación. (Sapag, 2014, p. 274).

#### **2.2.3.4 Análisis de riesgo**

Al no tener certeza sobre los flujos futuros de caja que ocasionará cada inversión, se estará en una situación de riesgo o de incertidumbre. Existe riesgo cuando hay una situación en la cual una decisión tiene más de un posible resultado y la probabilidad de cada resultado específico se conoce o puede estimarse. (Sapag, 2014, p. 299).

Se define riesgo como la variabilidad que presentan los flujos de caja efectivos respecto de los estimados en el caso base. (Sapag, 2014, p. 299).

Se define la incertidumbre como lo que caracteriza a una situación en la que los posibles resultados de una estrategia no son conocidos y, en consecuencia, sus probabilidades de ocurrencia no son cuantificables. (Sapag, 2014, p. 299).

#### **2.2.3.4 Análisis de sensibilidad**

Como una manera de agregar valor a todo el análisis antes realizado se procede a llevar a cabo un análisis de sensibilidad el cual permita realizar ciertos cambios en los parámetros decisorios para determinar la sensibilidad del proyecto.

La importancia del análisis de sensibilidad radica en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. Tomar decisiones bajo riesgo necesariamente lleva implícita la idea de que existen escenarios no necesariamente favorables. (Sapag, 2014, p. 316).

Visualizar qué variables tienen mayor efecto en el resultado frente a distintos grados de error en su estimación permite decidir acerca de la necesidad de realizar estudios más profundos de esas variables, a fin de mejorar las estimaciones y reducir el grado de riesgo por error. (Sapag, 2014, p. 316).

## 2.3 HIPÓTESIS

La hipótesis determina el objeto del estudio localizado en una situación real y concreta, precisando a la vez su naturaleza y vinculaciones con las diversas áreas del conocimiento (Tamayo y Tamayo, 2004, p. 95).

Las hipótesis son guías de una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado (Sampieri, 2006, p. 104).

Una hipótesis es una suposición o solución anticipada al problema objeto de la investigación y, por tanto, la tarea del investigador debe orientarse a probar tal suposición o hipótesis (Bernal, 2006, p. 136).

**A mayor factibilidad económica- financiera, menor riesgo en la creación de una comercializadora de llantas y accesorios en la provincia de San José, Costa Rica.**

### 2.3.1 Variable independiente

Factibilidad económica –financiera:

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuáles condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. (Luna, 1999, p. 13).

La administración como disciplina consiste en coordinar los elementos internos de la empresa y/o de los organismos sociales hacia determinado fin o propósito en el entorno, el cual no puede ser administrado puesto que las variables externas dependen de factores económicos, sociales, tecnológicos, etc., que no es factible controlar. En todo caso, la empresa y las organizaciones sociales estudian el entorno y sus tendencias para desarrollar sus estrategias de operación en él. (Hernandez, 2010, p. 10).

Un análisis de factibilidad establecerá cuáles son las condiciones más favorables (Jacques, 2011).

### 2.3.2 Variable dependiente

Riesgo:

La administración financiera se ocupa de la adquisición, el financiamiento y la administración de bienes con alguna meta global en mente. Así, la función de decisión de la administración financiera puede desglosarse en tres áreas importantes: decisiones de inversión, financiamiento y administración de bienes. (Van, 2010, p. 28).

Aunque la mayoría de las personas considera el riesgo como una probabilidad de pérdida, en realidad el riesgo se produce cuando no estamos seguros del resultado futuro de una determinada actividad o acontecimiento. (Scott Besley y Eugene F. Brigham, 2015, p. 126).

Por lo tanto, el riesgo se refiere a la posibilidad de que ocurra un evento desfavorable. (Eugene F. Brigham y Michael C. Ehrhardt, 2018, p. 243).

## 2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla 1 Operacionalización de la hipótesis

Hipótesis	Conceptos	Variables	Indicadores
A mayor factibilidad financiera – económica.	Factibilidad financiera-económica: el estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuáles condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.</li> </ul>	Factibilidad financiera-económica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del proyecto.</li> <li>• Producto</li> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Estudio de mercado</li> <li>• Ubicación</li> </ul>
Menor será el riesgo en la creación de una microempresa.	Riesgo: Aunque la mayoría de las personas considera el riesgo como una probabilidad de pérdida, en realidad el riesgo se produce cuando no estamos seguros del resultado futuro de una determinada actividad o	Riesgo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor actual neto (VAN)</li> <li>• Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)</li> <li>• Período de recuperación del capital (PR)</li> <li>• Razón beneficio –</li> </ul>

	<p>acontecimiento. (Scott Besley y Eugene F. Brigham, 2015, p. 126).</p>		<p>costo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de criterios de evaluación.</li> <li>• Estados financieros</li> <li>• Flujo de caja para la planificación financiera.</li> <li>• Razones financieras.</li> </ul>
--	--	--	---

Una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado (Reynolds, 1986, p. 52, citado por Sampieri, 2004, p. 120).

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

## 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

### 3.1.1 Finalidad

La finalidad de la investigación hace referencia a los aportes que dará; ya sea en cuanto a la producción y generación de conocimiento acerca del tema estudiado; por ejemplo, administración, educación, derecho, publicidad, psicología, y/o lo relativo a las recomendaciones, manuales, acciones y planes tangibles y útiles que se elaborará como producto de la información recabada, con el fin de contribuir a resolver el problema investigado. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

La investigación teórica es la investigación que parte de un conocimiento existente, pero considera que este está incompleto, no está demostrado o tiene prejuicios. En cuyo caso, el fin es producir más y mejor conocimiento a efecto de poder contribuir a depurar, ampliar y fundamentar el existente. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

La investigación aplicada, busca sobre todo resolver problemas cotidianos y evidentes que ocurren en un país, empresa, institución, comunidad, ámbito de estudio o grupo de personas, mediante acciones y medidas concretas y tomando como base los datos y la información producidas por la investigación. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

Para esta tesis la investigación que se realizará es de tipo aplicada, la cual partirá de la factibilidad económica- financiera en la creación de una comercializadora de llantas y accesorios para vehículos con el fin de disminuir el riesgo de esa inversión.

### 3.1.2 Dimensión temporal

En cuanto a la delimitación o alcance temporal existen básicamente dos tipos de investigaciones: la transversal y la longitudinal. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

Investigaciones transversales: Estos estudios son especies de “fotografías instantáneas” del fenómeno objeto de estudio. Esta investigación puede ser descriptiva o explicativa. (Bernal, 2010, p. 118).

Investigación longitudinal: A diferencia de la investigación seccional que obtiene datos de un objeto en una sola oportunidad, en la investigación longitudinal se obtienen datos de la misma población en distintos momentos durante un período determinado, con la finalidad de examinar sus variaciones en el tiempo. (Bernal, 2010, p. 119).

Según las definiciones anteriores, para este trabajo de investigación se tomará en cuenta la de tipo transversal.

### **3.1.3 Marco**

El marco de la investigación se refiere a su tamaño o amplitud; es decir, a la magnitud y extensión de la organización, las áreas, el lugar o la temática que se pretende investigar.

Refiere, entonces, a que tanto abarca la investigación; lo cual depende, entre otras cosas, de la existencia o no de recursos económicos, de tiempo, de cantidad de investigadores y del grado de conocimiento de la temática. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

Se pretende estudiar un gran espacio o temática, se dice que la investigación tiene un marco mega. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

Lo macro, en cambio, se refiere al estudio que se realiza en una parte o fragmento de lo mega. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

El marco o espacio micro de la investigación se refiere a una parte, un elemento, un subtema o un microespacio, acerca del cual el investigador hará su investigación. Universidad Hispanoamericana [UH], 2018).

El marco de esta investigación es micro, ya que se realizará en el distrito de Zapote, San José.

### 3.1.4 Naturaleza

Cuantitativa y cualitativa

Mientras que un estudio cuantitativo se basa en investigaciones previas, el estudio cualitativo se fundamenta primordialmente en sí mismo. El cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población; y el cualitativo, para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, como lo sería un grupo de personas únicas o un proceso particular. (Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Batista Lucio P. 2014, p. 10).

Mixta:

La investigación mixta es un enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio.

(Hernández Sampieri R, Fernández Collado C. y Batista Lucio P. (2014), p. 30.

La presente investigación se caracteriza por ser de naturaleza mixta.

### 3.1.5 Carácter

Por el carácter las investigaciones se clasifican en: exploratorias, descriptivas, analíticas interpretativas, causales, correlacionales, retrospectivas y prospectivas, entre otras. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 31).

La investigación exploratoria, como su nombre lo indica, es la investigación que se realiza para conocer un tema poco investigado. En cuyo caso, su propósito central es aportar información nueva, sobre la cual otra investigación luego puede profundizar. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 31).

En cuanto a la investigación descriptiva, esta corresponde a los estudios cuyo fin es presentar detalladamente el fenómeno que está ocurriendo, es decir, describir el hecho lo más minuciosamente posible, con lujo de detalle, para que los lectores se formen una idea sobre lo que está sucediendo.

(Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 31).

La investigación analítica interpretativa busca, en primer lugar, conocer los factores o las condiciones que propician un problema para luego poder explicar y comprender en sentido hermenéutico, porqué razones, motivos o circunstancias esto ocurre. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 31).

La investigación causal se enfoca en conocer las causas que provocan la existencia de un problema, concibiendo el problema como un efecto. Es decir, estudia la relación causa-efecto y causas-efectos. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 32).

La investigación correlacional, por su parte, trata de probar mediante ejercicios estadísticos el nivel de relación que existe en las causas y los efectos, con el fin de medir el nivel de intensidad de la relación. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 32).

La investigación retrospectiva, cuyo fin es analizar un tema actual, pero basándose sobre todo en fuentes secundarias ya existentes. Este tipo de investigación no es una investigación histórica, como las hacen los historiadores, sino que es un estudio basado en una información que ya existe, porque ya fue producida, por lo que la tarea de la investigación es recolectarla, agruparla, categorizarla y analizarla. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 32).

La investigación prospectiva busca analizar un fenómeno de actualidad a fin de poder obtener información que permite, predecir, pronosticar y proyectar cuál puede ser el comportamiento de dicho fenómeno en el mediano y largo plazo, si la organización no toma algunas decisiones. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 32).

Este proyecto de tesis se clasifica como una investigación de carácter correlacional, porque mediante un análisis se busca medir causa y efecto para lograr un resultado positivo.

## **3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 Sujetos de información**

Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación tiene relación con la obtención de la información, pues de ello depende la confiabilidad y validez del estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación. (Bernal, 2010, p. 191).

Criterios de inclusión: se indican las condiciones específicas, las cuales determinan que un individuo sea parte de la muestra. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 34).

Criterios de exclusión: se indican las condiciones específicas, las cuales determinan que un individuo quede excluido de la muestra. (Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 34).

Para obtener la información en el presente trabajo se tomará en cuenta la población que circula con frecuencia por el distrito de Zapote y sus alrededores.

### 3.2.2 Fuentes de primera mano

Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera. (Bernal, 2010, p. 191).

Tabla 2 Fuentes de primera mano

<b>Autor o autores</b>	<b>Universidad u organización</b>	<b>País</b>	<b>Año</b>
Abbi, V. y Mérida, L.	Universidad Nueva Esparta	Venezuela	2017
Herrera Garnica, M. y Lazo Suquinagua, J.	Universidad Politécnica Salesiana	Ecuador	2014
López Rivas, H.	Universidad Nacional Abierta y a Distancia	Colombia	2014
Rodríguez Rodríguez, S.	Tecnológico de Costa Rica	Costa Rica	2013
Valverde Mora, J.	Tecnológico de Costa Rica	Costa Rica	2014
Harris, A. y Santos, Y.	Universidad de Cartagena	Colombia	2013

### 3.2.3 Fuentes de segunda mano

Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información. (Bernal, 2010, p. 192).

Tabla 3 Fuentes de segunda mano

<b>Autor o autores</b>	<b>Universidad u organización</b>	<b>País</b>	<b>Año</b>
Hernández Sampieri R, Fernández Collado C. y Batista Lucio P.	McGraw Hill	México	2014
Bernal, C.	Pearson Educación	Colombia	2006
Tamayo, M.	Limusa	México	2004
Van, J.	Pearson Educación	Colombia	2010
Hernández, S.	McGraw-Hill	México	2012
Eugene F. y Brigham y Michael C. Ehrhardt	Cengage Learning Editores, S. A	México	2018
Scott Besley y Eugene F. Brigham	Cengage Learning Editores, S. A	México	2015
Fernández, R. (2007).	McGraw-Hill Interamericana	México	2007
Sapag	McGraw-Hill Interamericana	México	2014

### 3.2.4 Fuentes de tercera mano

Artículos científicos de revistas reconocidas e indexadas, artículos de expertos. Se establece el nombre del artículo, nombre de la revista y el número como el año. Libros y documentos relacionados con los temas que se desarrollan.. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 35).

Tabla 4 Fuentes de tercera mano

<b>Autor o autores</b>	<b>Universidad u organización</b>	<b>País</b>	<b>Año</b>
American Psychological Association	Psychological Association	Washington D.C	2009
Louffat, E	Cengage Learning Editores, S. A	México	2012

### 3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO

La población: Constituye el universo total sobre el cual se hace la investigación y puede estar conformada por comunidades, grupos, personas; situaciones, organizaciones. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 36).

La muestra: Constituye un subgrupo representativo de la población, idéntico en todos sus extremos, su tamaño no implica que una investigación sea mejor, porque se lleve a cabo con grupos grandes; sino que la calidad radica en que se describan claramente las características de la muestra, para evitar ambigüedades o confusiones. Puede ser de dos tipos: probabilística y no probabilística. El nivel de confianza de la muestra debe de ser de un 95%.

Para el caso académico y por su elevado costo se sugiere un nivel de confianza de un 90%. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 36).

Probabilística: Es cuando todos los sujetos que conforman el subgrupo tienen la misma posibilidad de ser escogidos por medio de una selección mecánica; este procedimiento es esencial en las investigaciones con enfoque cuantitativo, porque se suelen recoger los datos mediante encuestas y cuestionarios para luego analizarlos estadísticamente. Las unidades muestrales o elementos se eligen en forma aleatoria; es decir, al azar, de modo que exista la misma probabilidad de que cualquiera participe. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 36).

Existen varios procedimientos para la selección de los individuos que formarían parte de la muestra, tales como: tómbola o números random, entre otros. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 37).

Tómbola: muy simple, pero muy rápido, consiste en numerar todos los elementos muestrales de la población, del uno al número N. Después se hacen fichas o papeles, uno por cada elemento, se revuelven en una caja y se van sacando n número de fichas, según el tamaño de la muestra. Los números elegidos al azar conformarán la muestra. (Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 183).

Números random: se hace un cuadro de números que corresponde a la lista de posibles unidades muestrales, luego, se marca un sector de ese cuadro y se escogen los elementos correspondientes a ese segmento. El número de elementos de una muestra depende de cuánto se aproxima su distribución a la de la población. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 37).

Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas. (Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 189).

Para efectos de este trabajo no se estará utilizando esta técnica, debido a que se complica recolectar la información, ya que los encuestados serían la flotilla vehicular que circula por la zona de Zapote, porque no es posible detener a los vehículos para aplicar la encuesta.

## **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN**

### **3.4.1 La entrevista**

Es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador. (Hernández, 2001, citado por Bernal, 2010, p. 256).

Instrumentos: Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009, citado por Sampieri, 2014, p. 217).

### **3.4.2 La observación**

La observación, como técnica de investigación científica, es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada. (Bernal, 2010, p. 257).

Instrumentos:

Para la observación los instrumentos más usados son; la hoja de observación, la lista de cotejo, la bitácora, cámaras y mapas. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 38).

La hoja de observación es un instrumento en el que el investigador registra lo observado, mas no interroga a los individuos involucrados en el hecho o fenómeno social; es decir, no hace preguntas, orales o escritas, que le

permitan obtener los datos necesarios para el estudio del problema.

(Chávez de Paz, s.f, p. 7).

La lista de cotejo es un instrumento estructurado que registra la ausencia o presencia de un determinado rasgo, conducta o secuencia de acciones. La lista de cotejo se caracteriza por ser dicotómica, es decir, que acepta solo dos alternativas: sí, no; lo logra, o no lo logra, presente o ausente; entre otros. (Ministerio de Trabajo y Previsión Social, (s.f), p. 01).

Se estará observando el comportamiento del mercado en la zona que se establecerá el negocio.

### **3.4.3 Análisis de contenido cuantitativo**

Es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico. (Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 251).

Instrumentos: El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. (Andréu, s.f., p. 2).

Para este proyecto se estará utilizando este método para realizar una revisión en datos históricos de un negocio similar.

#### **3.4.4 Pruebas estandarizadas e inventarios**

Estas pruebas o inventarios miden variables específicas, como la inteligencia, la personalidad en general, la personalidad autoritaria, el razonamiento matemático, el sentido de vida, la satisfacción laboral, el tipo de cultura organizacional, el estrés preoperatorio, la depresión posparto, la adaptación al colegio, intereses vocacionales, la jerarquía de valores, el amor romántico, la calidad de vida, la lealtad a una marca de algún producto, etc. (Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 252).

Instrumentos: En la actualidad existe una amplia diversidad de pruebas e inventarios desarrollados por diversos investigadores para medir un sinnúmero de variables. Estas pruebas tienen su propio procedimiento de aplicación, codificación e interpretación, además se encuentran disponibles en diversas fuentes secundarias y terciarias, así como en centros de investigación y difusión del conocimiento. (Anónimo, s.f.).

### **3.4.5 Datos secundarios (recolectados por otros investigadores)**

Implica la revisión de documentos, registros públicos y archivos físicos o electrónicos. Por ejemplo, si nuestra hipótesis fuera: “la violencia manifiesta en la Ciudad de México es mayor que en la ciudad de Caracas”; entonces acudiríamos a las alcaldías de las ciudades para solicitar datos relacionados con la violencia, como número de asaltos, violaciones, robos a casa-habitación, asesinatos, etc. (Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 252).

### **3.4.6. Instrumentos mecánicos o electrónicos**

Sistemas de medición por aparatos, como el detector de mentiras o polígrafo, que considera la respuesta galvánica de la piel (en investigaciones sobre crímenes); la pistola láser, que mide la velocidad a la que circula un automóvil desde un punto externo al vehículo (en estudios sobre el comportamiento de conductores); instrumentos que captan la actividad cerebral (evaluaciones médicas y psicológicas); el escáner, que mide con exactitud el cuerpo de un ser humano y ubica la talla ideal para confeccionar toda su ropa o vestuario (en investigaciones para diseñar los uniformes de los soldados); la medición electrónica de distancias, etcétera. (Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Batista Lucio P. 2014, p. 253).

Según las definiciones suministradas anteriormente, para la presente investigación se utilizará la técnica de observación y análisis de contenido cuantitativo, ambas con el fin de recaudar la información necesaria en la zona de Zapote y sus alrededores.

### **3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES**

**Definición conceptual:** refiere a la claridad teórica de la variable y se extrae del marco teórico, se indica cual definición se utiliza en esta investigación. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 39).

**Definición operacional:** refiere a traducir en indicadores que permitan la observación directa de la variable; es decir, la observación empírica donde la medición se realiza en aspectos concretos. Se indica con una escala gráfica, en la que se establece a partir de qué valor se toma como positiva. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 40).

**Definición Instrumental:** se especifican las técnicas e instrumentos por utilizar para la recolección de la información; según las variables abordadas y los resultados esperados, se indican las preguntas que miden los indicadores de las variables. (Manual de Universidad Hispanoamericana [UH], 2018, p. 40).

### 3.5.1 Variable independiente

Definición conceptual:

Factibilidad económica-financiera: El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. (Luna, 1999, p. 13).

Definición operacional:

Ventas diarias para que la empresa tenga factibilidad económica-financiera:

0 a 19 llantas negativo- | + 20 llantas positivas

Definición instrumental:

Se utilizará la técnica de observación con el fin de notar el comportamiento de las personas y con ello detectar las posibles ventas.

Se utilizará la técnica del análisis de contenido cuantitativo para consultar las bases de datos históricas de los negocios similares.

### 3.5.2 Variable dependiente

Definición conceptual:

Riesgo: Aunque la mayoría de las personas considera el riesgo como una probabilidad de pérdida, en realidad el riesgo se produce cuando no estamos seguros del resultado futuro de una determinada actividad o acontecimiento. (Scott Besley y Eugene F. Brigham, 2015, p. 126).

Definición operacional:

Nivel de riesgo pertinente que asumir:

5% negativo+ | - 5% positivo

Definición instrumental:

Se utilizará la técnica de observación con el fin de revisar los documentos y ver las posibles amenazas que puedan incrementar el riesgo.

### 3.5.3 Cuadro operacionalización de las variables

Tabla 5 Operacionalización de las variables

Objetivo específico	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
<p>1. Estudiar el mercado para apertura de una comercializadora de llantas y accesorios para autos, en Zapote, San José, Costa Rica.</p>	<p>A mayor factibilidad financiera– económica.</p>	<p>Factibilidad financiera– económica.</p>	<p>El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuáles condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.</p>	<p>Ventas diarias para que la empresa tenga factibilidad económica- financiera:  0 a 19 llantas negativo- + 20 llantas positivo</p>	<p>Se utilizará la técnica de observación.</p>
<p>2 Realizar un análisis financiero para el proyecto.</p>	<p>Menor será el riesgo en la creación de una microempresa.</p>	<p>Riesgo</p>	<p>Aunque la mayoría de las personas considera el riesgo como una probabilidad de pérdida, en realidad el riesgo</p>	<p>Nivel de riesgo pertinente que asumir:  +5% negativo -5% positivo</p>	<p>Se utilizará la técnica de análisis de contenido.</p>

			se produce cuando no estamos seguros del resultado futuro de una determinada actividad o acontecimiento.		
--	--	--	---	--	--

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE DATOS**

A continuación, se estarán desarrollando mediante los métodos de investigación antes mencionados (técnica de análisis de contenido y observación) las variables de este proyecto las cuales son: mercado, aspectos técnicos, análisis financiero y alternativas de compra, los cuales están ligados directamente con los objetivos específicos.

#### **4.1 Estudiar el mercado para apertura de una comercializadora de llantas y accesorios para autos, en Zapote, San José, Costa Rica**

Para investigar el mercado de la zona de Zapote, San José, Costa Rica, se solicitó la información al Ministerio de Obras Públicas y Transportes para definir la cantidad de vehículos que pasan diariamente por la zona y con ello definir cuántos de ellos se debe de captar para tener un punto de equilibrio y de esta forma llevar al éxito el negocio.

##### **4.1.1 Tránsito diario promedio anual (TPDA)**

Tabla 6 Tránsito diario promedio anual

Año	TPDA	Liviano	Carga Liv	Bus	C. 2 ejes	C. 3 ejes	C. 4 ejes	C. 5/6 ejes
2013	40453	79.2	12.49	2.77	3.68	0.68	0	1.18
2016	21195	77.08	13.81	2.64	4.74	0.89	0.01	1.02

Fuente: Ministerio de Obras Públicas y Transportes.

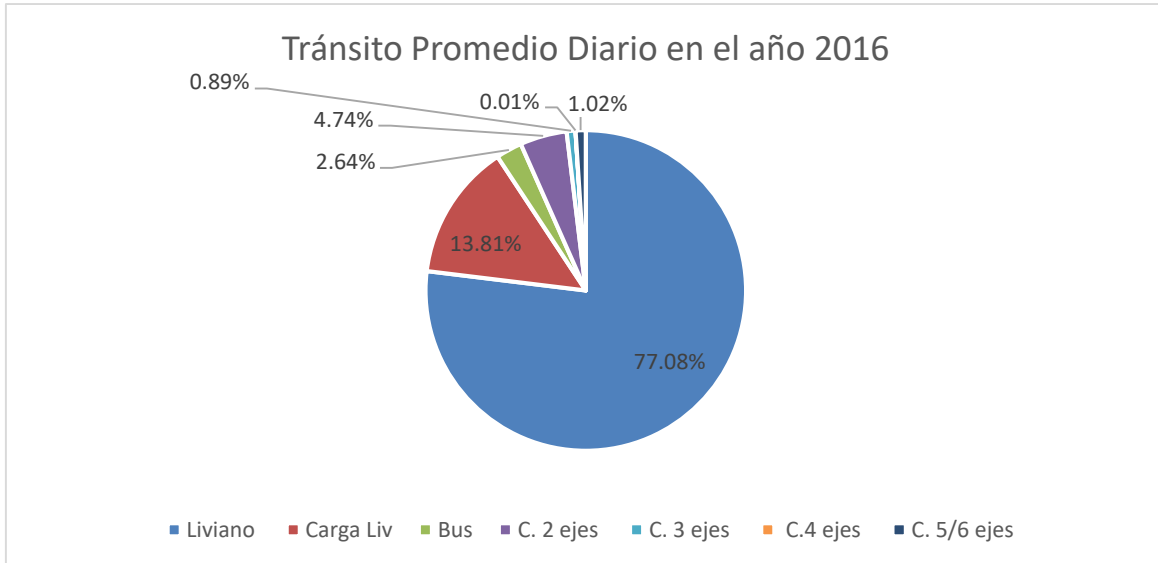


Ilustración 1 Tránsito Promedio Anual

Se observa que a pesar de que el tránsito vehicular del 2013 al 2016 disminuyó considerablemente, para el 2016 continúa siendo un monto bastante elevado, por lo que se demuestra que la zona es muy transitada por el mercado estrella, con que la comercializadora logre captar un 0.05% de la cantidad de vehículos livianos que transitan por esta zona, se estaría hablando que esta captaría 8 clientes diarios con un porcentaje relativamente bajo, por lo que se denota que no implica una dificultad si se tiene un buen plan de captación del cliente.

## **4.2 Determinar los aspectos técnicos para la instalación y puesta en marcha de la comercializadora**

### **4.2.1 Localización**

El local está ubicado 300 metros este de la rotonda de Zapote.

### **4.2.2 Alquiler del local**

El local es ideal para el tipo de negocio, porque es amplio y cuenta con un espacio para parqueo en el cual caben 6 vehículos los cuales podrán esperar sin problema alguno a que sean atendidos por el especialista. Además de un baño bastante amplio el cual se tiene que acondicionar para discapacitados y personas adultas mayores lo cual se estará coordinando con el maestro de obras. Por otro lado, existe el espacio para tener un inventario de las llantas considerable de al menos 500. Esto es uno de los puntos más importantes debido a que el inventario se debe de concentrar en un solo lugar y que el mismo se encuentre en el local de venta automáticamente reduce los costos, ya que no se debe de incurrir en el gasto por almacenaje y transporte de esa mercadería. Además se tiene acceso a cumplir la necesidad del cliente de manera inmediata, con una sala de espera que se pretende equipar con un sillón, una pantalla y un coffee maker para que el cliente esté más cómodo. También existe el espacio donde será el área de trabajo en el cual se encontrarán todas las máquinas y herramientas necesarias para el cambio de las llantas. El costo del alquiler es de \$583.000 (quinientos ochenta y

tres mil colones) mensuales, con un depósito en garantía de ¢583.000 (quinientos ochenta y tres mil colones con 00/100).

### **4.2.3 Aspectos físicos del local**

Actualmente el local se encuentra alquilado por un taller mecánico. Sin embargo está sujeto a negociación con el dueño por lo que sus características son muy similares a las que se requieren en este proyecto. No obstante, el local se puede poner en obra gris muy fácilmente para de esta forma comenzar una remodelación muy básica, que consiste en adaptar los baños para discapacitados y personas adultas mayores, instalar un tipo de estantes especiales para poner las llantas y de esta forma lograr que el espacio rinda más. Es importante destacar que el local no necesita divisiones por lo que se le asignará un espacio a cada área. Por otro lado, el local se pintará con tonos amarillos blancos y negros y tendrá un rótulo luminoso bastante amplio, el cual indique el nombre del negocio.

Por la remodelación un maestro de obras nos indica que todo sale por un precio de ¢2.453.900 (dos millones cuatrocientos cincuenta y tres mil novecientos colones con 00/100), lo cual incluye mano de obra, materiales, pintura y stands para las llantas.

### **4.2.4 Mobiliario, equipo y suministros**

#### **4.2.4.1 Sala de espera**

- Sillón grande
- Pantalla

- Mesa coctelera pequeña
- Coffee Maker
- Bidón de agua
- Vasos desechables

#### 4.2.4.2 Baño

- Dispensador de jabón de manos
- Dispensador de papel higiénico
- Aromatizador
- Espejo
- Basurero
- Secador de manos

#### 4.2.4.3 Mostrador y caja

- Mueble de mostrador
- Computadora
- Estantes de exhibición
- Papelería
- Lapiceros
- Calculadora
- Silla giratoria
- Teléfono
- Rollos de papel para impresora
- Caja registradora

#### 4.2.4.4 Área de trabajo

- Balanceadora y desmontadora de llantas
- Compresor de aire industrial
- Contrapesas para balancear llantas
- Elevador para automóvil
- Herramientas manuales

#### 4.2.4.5 Mobiliario y equipo para limpieza

- Escoba
- Palo de piso
- Limpiador de piso
- Pala
- Desinfectante
- Paños para limpiar el piso

#### 4.2.5 Costo mobiliario y equipo

Tabla 7 Costo mobiliario y equipo

Área	Descripción	Cantidad	Precio por unidad	Precio total
Sala de espera	Sillón Grande	1	109.900	109.900
	Pantalla	1	108.835	108.835
	Mesa plegable	1	16.900	16.900
	Coffee Maker	1	16.500	16.500
	Bidón de agua	1	10.000	10.000
	Paquete de vasos Desechables	1	6.200	6.200
<b>Total Sala de espera</b>				<b>∅268.335</b>
Baño	Dispensador de jabón de manos	1	1.200	1.200
	Aromatizador	1	10.500	10.500
	Espejo	1	7.140	7.140
	Basurero	1	10.790	10.790
	Paño de manos	5	2.000	10.000
<b>Total Baño</b>				<b>∅39.630</b>
Recepción y	Mueble mostrador y estantes de exhibición	1	1.200.000	1.200.000
	Computadora	1	269.991	269.991
	Papelería	5	2.020	10.100
	Lapiceros (caja con 36)	1	3.990	3.990

caja	Sumadora	1	14.990	14.990
	Silla	1	57.990	57.990
	Teléfono	1	14.490	14.490
	Impresora		69.990	69.990
<b>Total Recepción y caja</b>				<b>ø1.371.550</b>
Área de trabajo	Balaceadora de llantas	1	1.419.491	1.419.491
	Compresor de aire industrial	1	1.537.360	1.537.360
	Contrapesas para balancear llantas (caja con 52)	4	11.982	47.928
	Elevador para automóvil	1	4.748.313	4.748.313
	Caja de cubos	1	67.221	67.221
	Pistolas de impacto	1	367.233	367.233
<b>Total Área de trabajo</b>				<b>ø8.187.546</b>
Mobiliario y equipo para limpieza	Escoba	1	1.500	1.500
	Palo de piso	1	1.750	1.750
	Limpiador de piso	1	3.000	3.000
	Pala	1	1.250	1.250
	Desinfectante (galón)	1	5.000	5.000
	Paños para limpiar el piso (paquete de 12	1	10.250	10.250

	pañós)			
Total Mobiliario y equipo de limpieza				¢22.750
TOTAL				¢9.889.811

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.6 Gastos fijos mensuales

Los gastos fijos mensuales son estrictamente necesarios para el buen funcionamiento del negocio, a continuación, se detallan estos:

Tabla 8 Gastos fijos mensuales

Publicidad	50.000
Reparación y mantenimiento	50.000
Suministros de aseo	15.000
Suministros de oficina	15.000
Alquiler del local	583.000
Póliza Riesgos del Trabajo	14.514
Servicios contables	60.000
Teléfono e Internet	55.000
Agua	10.000
Electricidad	35.000
Herramientas	80.000
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>967.514</b>

Fuente: Elaboración propia, revisión en histórico de un negocio similar.

Muchos de los gastos antes mencionados fueron tomados de datos históricos de un negocio similar al cual se tuvo acceso para realizar la presente investigación.

Otros como lo es el alquiler se consultó al dueño del local. Por otro lado, el celular del administrador se sacará mediante un plan y el dato que se utilizó fue el que nos brindaron en tiendas Kolbi al igual que el teléfono y el Internet.

#### 4.2.6.1 Sueldos y salarios

A continuación, se reflejan los sueldos y salarios a pagar mensualmente:

Tabla 9 Sueldos y salarios

Puesto	Salario mensual	Cargas patronales 26.33%	Vacaciones 4.16%	Aguinaldo 8.33%	Póliza del INS	Total mensual
Vendedor	340.000	89.522	14.144	28.322	4.838	476.826
Administrador	540.000	142.182	22.464	44.982	4.838	754.466
Llantero	300.000	78.990	12.480	24.990	4.838	421.298
Contador	60.000	0	0	0	0	60.000
Total	1.240.000	310.694	49.088	98.294	14.514	1.752.590

Para el cálculo de la póliza del Instituto Nacional de Seguros (INS), se contactó al señor Rene Ávila, quien es Agente de Seguros de la Corredora Confía, Él indicó que el monto asegurado anual es de ¢14.160.000 con una tarifa anual de un 1.23%, por lo tanto, el monto a pagar anualmente es de ¢174.168.

Tabla 10 Póliza INS – Riesgos del Trabajo

Puesto	Salario	Póliza de Riesgo Anual	Factor de riesgo 1.23%	Estimación RT mensual
Administrador	540.000	4.720.000	58.056	4.838
Vendedor	340.000	4.720.000	58.056	4.838
Llantero	300.000	4.720.000	58.056	4.838
Total	1.180.000	14.160.000	174.168	14.514

#### 4.2.6.1.1 Descripción de puestos

**El llantero** es el encargado de realizar todo el procedimiento del cambio de las llantas a los clientes, quien debe de tener conocimiento en el área y es el responsable de que el vehículo no tenga ningún problema en relación con las llantas, una vez que este realice el cambio de estas.

Dentro de los requisitos necesarios se encuentran:

- Conocimiento de la maquinaria.
- Conocimiento en mecánica rápida.
- Acostumbrado a levantar artículos pesados.
- Servicio al cliente
- Conocimiento en la utilización de equipo necesario para su seguridad.

**El administrador del negocio** debe contar con los conocimientos necesarios en este campo, quien es el encargado del buen funcionamiento del negocio y debe de llevar la planilla el control de los servicios públicos, así como estar al tanto del vencimiento de las pólizas y los impuestos. Además de pagar las facturas a los proveedores y gestionar con estos. Por otra parte, debe de encargarse de las cuentas por cobrar cuando se realizan ventas a crédito y es el encargado de velar por el buen funcionamiento. Esta persona es la responsable de entregarle al contador la documentación necesaria para su revisión.

Dentro de los requisitos básicos que se requieren para la contratación de un administrador se pueden mencionar:

- Bachiller en educación media.
- Técnico medio en Administración de Empresas.
- Buena presentación personal.
- Servicio al cliente.
- Capacidad de trabajo en equipo.

El vendedor es el encargado de generar los ingresos y llegar a la meta mensual de la venta de las llantas requeridas, para la sostenibilidad del negocio y a la vez generar las ganancias.

Este será el encargado de las negociaciones con los clientes, debe contar con buenas relaciones públicas y a la vez con el conocimiento en mercadeo para realizar estrategias que permitan atraer clientela al negocio.

Es importante que esta persona esté dispuesta a visitar a los clientes para ofrecer los productos y realizar los convenios con las empresas.

Requisitos para desempeñar el puesto de vendedor:

- Conocimiento en mercadeo y ventas.
- Conocimiento en relaciones públicas.
- Licencia de conducir.
- Servicio al cliente.
- Buena presentación personal.
- Acostumbrado a trabajar bajo presión.

- Trabajo en equipo.

Por otro lado, se requiere de un contador el cual será contratado como Servicios Profesionales. Este será el encargado de llevar el ciclo contable completo y realizar las declaraciones tributarias cuando corresponda.

Entre de los requisitos se encuentran:

- Licenciado en Contaduría Pública.
- Inscrito al colegio correspondiente.

## **4.2.7 Aspectos administrativos**

### **4.2.7.1 Nombre de la empresa**

Comercializadora de Llantas y Accesorios para Autos San Cristóbal, S.A., el nombre del negocio hace alusión al santo que protege a los conductores.

### **4.2.7.2 Misión de la empresa**

De acuerdo con la actividad de la empresa se crea la siguiente misión:

Somos una compañía dedicada a la comercialización de llantas y accesorios para autos, la cual se caracteriza por brindar el mejor servicio a la clientela y dar esa milla extra en cada cambio o reparación de sus llantas, convirtiéndolo en una experiencia placentera.

### **4.2.7.3 Visión de la empresa**

De acuerdo con la actividad de la empresa se crea la siguiente visión:

Destacar por nuestro buen servicio y atención al cliente hasta llegar a posicionarnos en el mercado como uno de los negocios dedicados a la comercialización de llantas y accesorios para autos, más conocidos del Gran Área Metropolitana (GAM).

#### **4.2.7.4 Valores de la empresa**

Es muy importante para el negocio que cuente con valores y que se practiquen cada día, tanto con el cliente interno como con el cliente externo.

Dentro de los valores a practicar es importante el respeto, este es un valor con el que se debe de identificar cada colaborador cada vez que ingresa a su puesto de trabajo. Es importante que exista el respeto hacia los compañeros de equipo así como hacia los clientes, sin dejar de lado el respeto que debe de ofrecer el negocio como tal con sus colaboradores.

Por otro lado, podemos mencionar la puntualidad y responsabilidad, estos valores se encuentran muy ligados debido a que un colaborador siempre debe de llegar puntual a su trabajo, de entregar sus tareas puntualmente y de destacar por estos buenos hábitos. Así como el negocio debe devolver esos buenos hábitos siendo responsable con la puntualidad del pago de planilla, entre otros.

Se necesita también de mucha honestidad y transparencia y se debe ser claro con todas las condiciones que ofrece el negocio, tanto a sus colaboradores como a su clientela. La principal idea de este valor es ser lo mayor transparente posible con el cliente al ofrecerle el producto más conveniente y también con nuestros colaboradores.

La solidaridad es el último valor, pero no el menos importante, todos los colaboradores deben ser solidarios unos con otros para lograr un buen trabajo en equipo y ofrecer la ayuda cuando otro la necesita.

Se debe de destacar que una empresa con valores esta inmediatamente ligada con un buen clima organizacional el cual hace que los colaboradores se sientan felices en su área de trabajo, es realmente importante lograr esto para su

motivación. Un colaborador motivado realizará su trabajo de la mejor forma externándole esa felicidad a los clientes.

En resumen, los valores a destacar son:

- El respeto.
- La puntualidad.
- La responsabilidad.
- La honestidad y transparencia.
- La solidaridad.

#### 4.2.7.5 Organigrama

Llantas y Accesorios para Autos San Cristóbal, S.A.

Al 21/06/2018

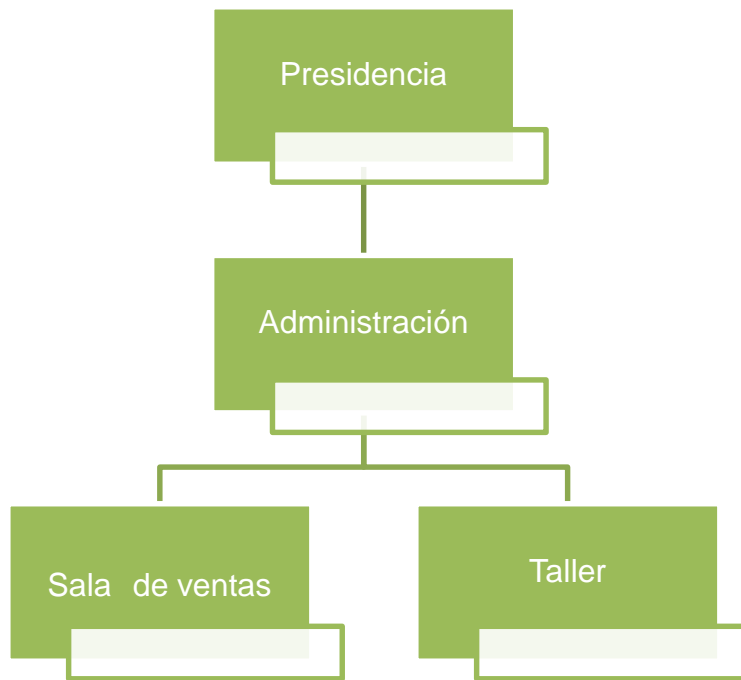


Ilustración 2: Organigrama.

#### 4.2.7.6 Horas estimadas de labor

Tabla 11: Horas estimadas de labor

Puesto	Cantidad de empleados	Horas ordinarias (jornada mixta)
Administrador	1	48
Vendedor	1	48
Llantero	1	48

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en el cuadro anterior, la jornada diaria será de 8 horas durante 6 días a la semana, con un horario de lunes a sábado de 9 am a 6 pm y con una hora de almuerzo y 15 minutos de café.

## **4.2.8 Análisis FODA**

### **4.2.8.1 Fortalezas**

- El local está ubicado en una zona muy estratégica, debido al alto tránsito vehicular que pasa sobre esa calle.
- Los dueños cuentan con experiencia en comercializadoras de llantas y accesorios para vehículos.
- Conocimiento de proveedores que facilita la relación comercial.
- Preparación correcta de cada integrante del negocio.
- Precios competitivos.

### **4.2.8.2 Oportunidades**

- Diferenciación mediante un servicio de calidad ante la competencia.
- Utilizar la tecnología para ganar clientela, como por ejemplo las redes sociales.
- Facilidades para adquirir vehículos en las agencias.
- Transporte público de mala calidad el cual induce a las personas a adquirir su propio vehículo.
- La aprobación de una reforma en la ley que controle de una manera más rigurosa las llantas cuando el vehículo asiste a revisión técnica.

### **4.2.8.3 Debilidades**

- El local cuenta con un parqueo únicamente de 6 carros más el que está siendo atendido por lo que limita el crecimiento de la clientela.

- Se cuenta únicamente con una persona encargada del cambio de llantas, por lo que si llegan varios clientes al mismo tiempo deben de esperar.
- El local no abre el día domingo, por lo que se corre el riesgo de perder esa clientela.
- Capital inicial limitado.
- Compra de llantas a un intermediario y no al proveedor directo.

#### **4.2.8.4 Amenazas**

- Existen varios competidores que actualmente ofrecen precios muy buenos, por lo que se debe de competir contra estos.
- Las personas que se dedican al alquiler de llantas para que los vehículos pasen revisión técnica implican una amenaza para el negocio.
- El negocio que se quiere abrir no ofrece un producto innovador.

## 4.2.9 Estudio legal

### 4.2.9.1 Inscripción como Sociedad Anónima o de Responsabilidad Limitada

En nuestro país es necesario que cualquier negocio esté inscrito bajo una sociedad mercantil para poder funcionar legalmente.

Actualmente existen 4 tipos de sociedades que son: la sociedad en nombre colectivo, la sociedad en comandita simple, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad anónima.

Para efectos de este trabajo se analizarán únicamente la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad anónima, con base en ello se tomará la decisión de cuál es la más apropiada para inscribir la comercializadora de llantas y accesorios para vehículos.

Para comenzar es importante hacer la diferenciación entre estas:

Tabla 12 Cuadro comparativo entre sociedades

Sociedad Anónima (S.A.)	Sociedad de Responsabilidad Limitada. (SRL)
El capital social estará dividido en acciones y los socios solo se obligan al pago de sus aportaciones. Estas acciones pueden ser comunes o nominativas y la moneda puede variar entre colones o moneda extranjera.	El capital social de debe de constituir por cuotas nominativas y la moneda únicamente debe de ser en colones.
La denominación se formará libremente, sin embargo, después de este debe de ir la palabra "Sociedad Anónima" o su	Es requisito indispensable ponerle después del nombre que los socios quieran darle el aditamento "Sociedad

abreviatura "S.A."	Responsabilidad Limitada" o bien su abreviatura "S.R. L" o "Ltda."
Se necesitan dos socios como mínimo y que cada uno de ellos suscriba por lo menos una acción. Se administra por una junta directiva que la conforman: Presidente, Secretario y Tesorero, estos pueden ser socios o extraños.	La administración se da por uno o varios gerentes o subgerentes. Estos pueden ser socios o extraños.
Una Sociedad Anónima se debe de constituir en escritura pública	Una Sociedad de Responsabilidad Limitada se debe de constituir en escritura pública.
Se debe de publicar un edicto en La Gaceta solo una vez.	Se debe de publicar un edicto en La Gaceta solo una vez.
Debe de contar con tres libros legales: registro de accionistas, asamblea de socios y asamblea de junta directiva. Además de los libros contables: inventario y balance, mayor y diario.	Las Sociedades de Responsabilidad Limitada llevarán un libro de actas debidamente legalizado, en este se consignarán todos los acuerdos que se tomen y nombramientos que se hagan en las reuniones, estas actas deben ser firmadas por los asistentes.

Fuente: Código de Comercio.

Según la información anterior se decide que la comercializadora de llantas y accesorios para autos San Cristóbal, se creará bajo la figura jurídica de Sociedad Anónima, debido a que esta ofrece más seguridad y mayor responsabilidad.

Además en la sociedad anónima los socios pueden transmitir acciones libremente, mientras que en la Sociedad de Responsabilidad Limitada, no se permite. Esto es importante porque la comercializadora va a estar conformada por tres socios los cuales serán los que aporten el capital para el funcionamiento y apertura de esta. En la Sociedad Anónima el capital puede estar conformado por moneda tanto en colones como extranjera.

En otras palabras, la Sociedad Anónima brinda mejores herramientas para desarrollarse dentro de lo que se necesita y la estructura organizacional con la que contará la empresa.

Los requisitos para conformar una sociedad anónima de acuerdo con el Código de Comercio de Costa Rica. artículo 18 son los siguientes:

- 1) Lugar y fecha en que se celebra el contrato.
- 2) Nombre y apellidos, nacionalidad, profesión, estado civil y domicilio de las personas físicas que la constituyan.
- 3) Nombre o razón social de las personas jurídicas que intervengan en la fundación.
- 4) Clase de sociedad que se constituye.
- 5) Objeto que persigue.
- 6) Razón social o denominación.
- 7) Duración y posibles prórrogas.
- 8) Monto del capital social y forma y plazo en que deba pagarse.
- 9) Expresión del aporte de cada socio en dinero, en bienes o en otros valores.
- 10) Domicilio de la sociedad.
- 11) Forma de administración y facultades de los administradores.

- 12) Nombramiento de los administradores, con indicación de los que hayan de tener la representación de la sociedad con su aceptación, si fuere del caso.
- 13) Nombramiento de un agente residente que cumpla con los siguientes requisitos: ser abogado, tener oficina abierta en el territorio nacional, poseer facultades suficientes para atender notificaciones judiciales y administrativas en nombre de la sociedad, cuando ninguno de sus representantes tenga su domicilio en el país.
- 14) Modo de elaborar los balances y de distribuir las utilidades o pérdidas entre los socios.
- 15) Estipulaciones sobre la reserva legal, cuando proceda.
- 16) Casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- 17) Bases para practicar la liquidación de la sociedad.
- 18) Modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente y facultades que se les confieren.
- 19) Cualquier otra convención en que hubieren consentido los fundadores.

Según el abogado Lic. Kenneth Mora, carné 8575, en su calidad de Notario Público nos indica que los costos en los que se incurre para la creación de una Sociedad Anónima son los siguientes:

Tabla 13: Costo creación de una S.A.

Descripción	Costo
Timbres	¢56.000
Legalización	¢16.000
Edicto	¢7.000
Honorarios	¢150.000
Impuesto de persona jurídica	¢68.000
<b>Total</b>	<b>¢297.000</b>

Fuente: Abogado notario Lic. Keneth Mora, carné 8575.

#### **4.2.9.2 Inscripción de la marca y nombre comercial**

En este caso únicamente se debe de realizar la inscripción del nombre comercial para lo cual se debe de llenar el formulario RPI-03 (Nombre Comercial), el cual es gratuito y lo facilita el Registro Nacional.

Este formulario debe de ir autenticado por un abogado o notario y según el artículo 13 que habla de los asuntos de propiedad, derechos de autor y conexos, el monto que se debe de cancelar por honorarios al abogado o notario es de ¢165.000 (ciento sesenta y cinco mil colones).

#### **4.2.9.3 Inscripción de la sociedad como patrono ante la CCSS**

Dentro de los requisitos que se deben de presentar para la inscripción se encuentran:

- Original de Certificación de Personería Jurídica extendida por el Registro Nacional o por un notario público o certificación digital, con no más de un mes de emitida.
- Fotocopia de la Escritura de Constitución de la sociedad.
- Cédula de identidad del representante legal. En caso de personas extranjeras, aportar el original del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro).
- Fotocopia de la cédula de identidad de cada trabajador. En caso de contar con trabajadores extranjeros, aportar fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro) de cada trabajador.

- Llenar el formato de Solicitud de inscripción o Reanudación patronal (patrono jurídico), este debe ser firmado por el patrono o representante patronal.
- Indicar lugar o medio para notificaciones.
- Brindar un correo electrónico para la presentación de planillas en línea.
- Deseable: en caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del INS, detallar el número de póliza.

#### **4.2.9.4 Inscripción de la persona jurídica en el INS**

Dentro de los requisitos de inscripción que el INS solicita se encuentran los siguientes:

- La suscripción de cualquier seguro solo puede ser realizado de forma personal. En el caso de personas jurídicas, solo puede ser realizado por el representante legal que conste en la personería jurídica.
- En caso de no poder presentarse personalmente, puede enviar a una persona autorizada con un poder autenticado por un notario, indicando claramente el trámite que va a realizar.
- Para todo trámite es requisito indispensable presentar el documento de identificación en original, vigente y buen estado.
- Presentar debidamente cumplimentado el formulario "Solicitud de Seguro".  
Por las características del tipo de póliza existe un formulario para cada producto.

Los formularios se encuentran en la página del INS, se da clic en el botón formularios y ahí se descarga según el tipo de trámite que requiera el solicitante.

#### **4.2.9.5 Inscripción de la sociedad ante el Ministerio de Hacienda**

Esta inscripción la requieren todas las personas físicas o jurídicas que realicen una o más actividades económicas. Este trámite se debe de gestionar en línea o mediante cualquier oficina de las Administraciones Tributarias ubicadas en todo el país (Dirección General de Tributación DGT). (Cámara de Comercio de Costa Rica, s.f.).

Para la inscripción de una sociedad existe el régimen tradicional y simplificado, en este caso la comercializadora de llantas y accesorios para autos será inscrita bajo el régimen simplificado, debido a que esta se clasifica como pequeños contribuyentes.

Como primer paso para realizar la inscripción, se debe de llenar el formulario D-140, el cual es gratuito y se encuentra en la página del Ministerio de Hacienda,

Este formulario puede ser entregado de manera virtual o presencial y se debe de acompañar por los siguientes requisitos:

Manera presencial ante las oficinas de la Administración Tributaria a título personal o en condición de representante legal:

- Original y copia del documento de identidad vigente y en buen estado del representante legal.

- Personería jurídica que acredite la representación (representante legal).
- En este caso se deben de presentar los recibos de luz, tanto de la empresa o local comercial como el del representante legal. En caso de no contar con local comercial con la copia del recibo del lugar de residencia del representante legal. En caso de no contar con el recibo en físico, se puede realizar con el número de localización o el NISE. (Cámara de Comercio de Costa Rica, s.f.).

Manera mediante la página del Ministerio de Hacienda:

- Solo aplica para inscripciones por primera vez.
- Solo aplica para personas nacionales (tanto las físicas como los representantes legales de las empresas).
- La persona debe de contar con una cuenta de correo electrónico.
- No requiere el uso de firma digital. (Cámara de Comercio de Costa Rica, s.f.).

#### **4.2.9.6 Solicitud de patente municipal**

Dentro de los requisitos para solicitar la patente comercial que en este caso es la que se necesita en la comercializadora de llantas y accesorios para autos se encuentran los siguientes:

- Formulario de trámite para patentes y licencias firmado por TODOS los involucrados y autenticadas por un abogado.
- En caso de sociedades aportar personería jurídica vigente original o copia certificada, con tres meses de expedida como máximo.

- Contrato de Póliza de Riesgos del Trabajo y recibo al día o exoneración a nombre del solicitante.
- Permiso Sanitario de Funcionamiento (P.S.F.) del Ministerio de Salud.
- Certificado de Uso de Suelo (C.U.S.) vigente.
- Constancia de la Caja Costarricense del Seguro Social de estar al día con las cuotas obrero-patronales o documento de exoneración.
- Constancia de estar al día con los tributos municipales.
- Constancia de estar al día con el Fondo de Asignaciones Familiares.
- Estar inscrito como sujeto pasivo ante la Administración Tributaria.

Además de los requisitos generales debe presentar los requisitos particulares según la actividad:

Compra y venta: Aportar 3 declaraciones juradas en documento público o privado de comerciantes del ramo sobre los antecedentes del solicitante referidas a su ética comercial. (Ley 6122 del 17/11/1977, Ley para Garantizar al País mayor Seguridad y Orden art. 18). Municipalidad de San José [MSJ] (2018).

#### **4.2.9.7 Solicitud del permiso sanitario de funcionamiento**

De acuerdo con la Ley General de Salud y el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio deben contar con la autorización o permiso sanitario de funcionamiento para operar en el territorio nacional, según sea la actividad. (Ministerio de Salud (s.f.).

Según el artículo 9 entre las condiciones previas para realizar el trámite por primera vez se pueden mencionar:

- 1) Resolución Municipal de Ubicación, a excepción de los establecimientos que estén exentos según pronunciamientos oficiales emitidos por las Municipalidades respectivas.
- 2) Planos constructivos del establecimiento (incluye sistema de tratamiento de aguas residuales) tramitados y revisados conforme al Decreto Ejecutivo N° 36550-MP-MIVAH-S-MEIC del 28 de abril del 2011 "Reglamento para el Trámite de Revisión de los Planos para la Construcción". Se debe contar con esos planos cuando se trate de una construcción nueva, modificación o ampliación.
- 3) Viabilidad (licencia) ambiental, únicamente para aquellos proyectos nuevos y que no se encuentren en operación, a excepción de los establecimientos o actividades que no están contemplados en la lista taxativa definida en los Anexos 1 y 2 del Decreto Ejecutivo N° 31849-MINAE-S-MOPT-MAG-MEIC del 24 de mayo del 2004 "Reglamento General sobre los Procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA)".

- 4) Nota de disponibilidad de alcantarillado sanitario del Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario (EAAS) correspondiente, cuando el establecimiento vierta aguas residuales directamente a la red del alcantarillado sanitario.
- 5) Permiso de vertido otorgado por el MINAE, si corresponde, según Decreto Ejecutivo N° 34431-MINAE-S de 4 de marzo del 2008 "Reglamento del Cánon Ambiental por Vertidos".
- 6) Concesión de aprovechamiento del agua otorgada por el MINAE, si corresponde, según Decreto Ejecutivo N°.32868-MINAE del 24 de agosto del 2005 "Reglamento de cánon por concepto de aprovechamiento de agua".
- 7) Permiso de instalación y de funcionamiento para calderas otorgado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, cuando el establecimiento utilice calderas, según Decreto Ejecutivo N° 26789-MTSS del 16 de febrero de 1998 "Reglamento de Calderas".
- 8) Cuando utilicen emisores de radiaciones ionizantes deben contar para su funcionamiento con la autorización por parte del MS para el uso del emisor, según el Decreto Ejecutivo N° 24037-S del 22 de diciembre de 1994 "Reglamento sobre protección contra las radiaciones ionizantes".
- 9) Estar inscrito y estar al día con la CCSS sea como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades, según corresponda, según la Ley N° 17 del 22 de octubre de 1943 "Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social", y de las obligaciones con el FODESAF, según lo establecido en el artículo 22 de la Ley N° 5662 del 23 de diciembre de 1974 "Ley de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares".

- 10) Regencia autorizada por el colegio profesional respectivo, cuando la Ley N º 5395 del 30 de octubre de 1973 "Ley General de Salud" o alguna ley especial lo requiere según el tipo de establecimiento y la actividad que este desarrolle.
- 11) Autorización y registro del establecimiento extendido por el colegio profesional correspondiente, cuando así lo establezca la Ley N º 5395 del 30 de octubre de 1973 "Ley General de Salud" u otra ley especial.
- 12) En el caso de pequeñas y microempresas, deberán estar inscritas en el Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC) que para dichos efectos lleva el Ministerio de Economía, Industria y Comercio. El MS deberá verificar tal condición, accediendo a la información de dicho Sistema.

### **3.3 Realizar un análisis financiero para el proyecto**

Después de haber realizado un análisis de mercado el cual indicó que el lugar en donde se quiere abrir el negocio está estratégicamente ubicado, en una zona donde el mercado estrella sí existe y luego de analizar si ese lugar cumple con todos los requisitos necesarios para la correcta operación, según la naturaleza del negocio, se procede a realizar un estudio financiero el cual nos ayudará a proyectar este hacia el futuro y con ello poder llegar a la conclusión de si es rentable o no.

Este análisis financiero está constituido por la inversión inicial, proyección de ingresos, proyección de costos y gastos, costo capital, estados de resultados proyectados, proyección de flujo de caja de efectivo, valor actual neto de la Inversión, tasa interna de retorno y punto de equilibrio. Cada uno de estos ítems será un punto clave para la toma de decisiones a futuro. Cabe destacar que cada uno de ellos tendrá un análisis por separado el cual mostrará los indicadores importantes que llevarán a una conclusión final, por ende, estos también se deben analizar como un conjunto ya que uno aporta a otro.

Para iniciar este análisis se debe saber cuánto se requiere invertir en el negocio para poder abrir, por lo que procede el cálculo de la inversión inicial la cual nos indicará el monto total para la puesta en marcha del negocio.

### 4.3.1 Inversión inicial

Tabla 14: Inversión Inicial

Rubro	Costo
<b>Activo fijo</b>	
Compra de mobiliario	€9.989.724,00
<b>Inventario Inicial</b>	
Total de inventario inicial	€15.842.559,70
<b>Remodelación del local</b>	
Remodelación	€2.453.900,00
<b>Gastos legales</b>	
Inscripción de nombre comercial	€175.000,00
<b>Inscripción de la sociedad</b>	
Timbres	€56.000,00
Legalización de libros	€16.000,00
Edicto	€7.000,00
Honorarios	€150.000,00
Impuesto persona jurídica	€68.000,00
<b>Total de gastos legales</b>	<b>€472.000,00</b>
<b>Gastos operativos</b>	
Alquiler (3 meses)	€1.749.000,00
Depósito en garantía alquiler	€583.000,00
Otros gastos ( papelería, limpieza)	€170.078,00
Planilla (3 meses)	€5.257.770,00
<b>Total de gastos operativos</b>	<b>€7.759.848,00</b>
<b>Total de inversión inicial</b>	<b>€36.518.031,70</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se detalla en el cuadro anterior la inversión inicial para poner en marcha el negocio es de €36 518 031,70 (treinta y seis millones quinientos dieciocho mil treinta y un colones con 70/100).

El negocio contará con tres socios los cuales se encargarán de cubrir la totalidad de la inversión, esta se dividirá en partes iguales por lo que a cada uno le

corresponderá aportar un monto de ¢12.172.677,2 (doce millones ciento setenta y dos mil seiscientos setenta y siete colones con 02/100).

Se estima dentro de la inversión 3 meses de salarios y 3 meses de alquileres para asegurar la operación del negocio.

En cuanto al Inventario Inicial se saca de la cotización brindada por el proveedor la cual se detalla en la siguiente imagen:

Cod.Bod	Detalle	UNDS	PREC. UNT	TOTAL	13%	GRAN TOTAL
MIC381342H	MICHELIN LATITUDE TOUR HP GRNX 245 / 70 / R16 107H	8	€46,017.70	€368,141.59	€47,858.41	€416,000.00
TIG190441	TIGAR HITRIS 195 / 65 / R15 91H	24	€15,929.20	€382,300.80	€49,699.10	€431,999.90
TIG121798	TIGAR HITRIS 195 / 65 / R15 88H	24	€15,929.20	€382,300.80	€49,699.10	€431,999.90
TIG698959	TIGAR HITRIS 185 / 65 / R15 88H	24	€15,929.20	€382,300.80	€49,699.10	€431,999.90
MIC412394	MICHELIN PRIMACY 3 GRNX 205 / 55 / R16 91V	4	€38,938.05	€155,752.21	€20,247.79	€176,000.00
MIC882148	MICHELIN PILOT SPORT 3 GRNX 205 / 55 / R16 91W	4	€38,938.05	€155,752.20	€20,247.79	€175,999.99
MIC154538	MICHELIN PILOT SPORT 3 GRNX 205 / 55 / R16 91V	4	€38,938.05	€155,752.20	€20,247.79	€175,999.99
TIG367912	TIGAR HITRIS 185 / 65 / R14 86H	12	€14,159.29	€169,911.48	€22,088.49	€191,999.97
TIG434562	TIGAR HITRIS 185 / 60 / R14 82H	12	€14,159.29	€169,911.48	€22,088.49	€191,999.97
	HERCULES L-301 11R22.5 / 16P.R.	8	€87,079.65	€696,637.20	€90,562.84	€787,200.04
1737600	PIRELLI 175/65R14 82T P4CINT (K1)	4	€20,330.97	€82,123.89	€10,676.11	€92,800.00
737300	PIRELLI P185/70R13 85T P400	8	€17,699.12	€141,592.96	€18,407.08	€160,000.04
1582500	PIRELLI 31X10.30R15LT 1095 S-ATR WL	12	€48,849.56	€586,194.69	€76,205.31	€662,400.00
1110600	PIRELLI P205/60R15 90T P3000C	4	€28,318.58	€113,274.34	€14,725.66	€128,000.00
1783900	PIRELLI 205/55R16 91V P 7	4	€29,734.51	€118,938.04	€15,461.95	€134,399.99
1964600	PIRELLI 185R14C 102R CHRONO	8	€31,838.41	€254,867.26	€33,132.74	€288,000.00
823100	PIRELLI P195/60R14 85H P6000	4	€27,964.60	€111,858.41	€14,541.59	€126,400.00
1390300	PIRELLI 185/70R13 86T P4CINT	8	€18,407.08	€147,256.64	€19,143.36	€166,400.00
1718000	PIRELLI P225/65R17 102H S-ATR	8	€58,566.37	€452,530.97	€58,829.03	€511,360.00
1575800	PIRELLI 205/70R15C 106R CHRONO	8	€37,522.12	€300,176.99	€39,023.01	€339,200.00
1831200	PIRELLI P265/60R18 110H S-ATR WL	4	€70,796.46	€283,185.84	€36,814.16	€320,000.00
1864000	PIRELLI P245/70R16 111T XL S-ATR	4	€48,849.56	€195,398.23	€25,401.77	€220,800.00
1475100	PIRELLI LT265/70R17 1215 S-TRA	4	€65,840.71	€263,362.83	€34,237.17	€297,600.00
2415200	PIRELLI 30X9.30R15LT 104Q S-MTR	8	€45,309.73	€362,477.88	€47,122.12	€409,600.00
1617000	PIRELLI LT265/70R17 1215 S-ATR WL	4	€68,672.57	€274,690.27	€35,709.73	€310,400.00
1608000	PIRELLI 195/75R14C 106R CHRONO	8	€35,044.25	€280,353.98	€36,446.02	€316,800.00
1477800	PIRELLI 195/65R15 91H P 7	4	€29,026.55	€116,106.19	€15,093.81	€131,200.00
1178300	PIRELLI 195/65R15 91V P 7	4	€30,442.48	€121,769.91	€15,830.09	€137,600.00
1780200	PIRELLI 235/60R18 103V S-ZERO	4	€60,176.99	€240,707.96	€31,292.04	€272,000.00
2291800	PIRELLI LT255/75R15 1095 S-ATR	4	€49,203.54	€196,814.16	€25,585.84	€222,400.00
2306800	PIRELLI 235/45ZR19 (104Y)XL P ZERO(MO)	4	€84,601.77	€338,407.08	€43,992.92	€382,400.00
1876600	PIRELLI 245/40ZR19 (98Y)XL P ZERO(J)	4	€77,522.12	€310,088.50	€40,311.50	€350,400.00
2329000	PIRELLI 205/60R16 92V P7CINT	4	€30,796.46	€123,185.84	€16,014.16	€139,200.00
2027700	PIRELLI 235/40R18 99Y XL P ZERO(MO)	4	€75,752.21	€303,008.85	€39,391.15	€342,400.00
			€0.00	€0.00	€0.00	€0.00
72008	175/65R14 82H IRONMAN IMOVE	8	€14,867.26	€118,938.05	€15,461.95	€134,400.00
72429	185/60R14 82H IRONMAN IMOVE	8	€15,575.22	€124,601.77	€16,198.23	€140,800.00
72009	185/65R14 86H IRONMAN IMOVE	8	€15,221.24	€121,769.91	€15,830.09	€137,600.00
80988	185/65R14 86T IRONMAN RB-12	8	€16,283.19	€130,265.49	€16,934.51	€147,200.00
72010	185/65R15 88H IRONMAN IMOVE	4	€15,929.20	€63,716.81	€8,283.19	€72,000.00
72006	185/70R14 88T IRONMAN IMOVE	4	€15,575.22	€62,300.88	€8,099.12	€70,400.00
81000	185/70R14 88T IRONMAN RB-12	4	€16,283.19	€65,132.74	€8,467.26	€73,600.00
72013	195/60R15 88H IRONMAN IMOVE	8	€16,637.17	€133,097.35	€17,302.63	€150,400.00
80995	195/60R15 88T IRONMAN RB-12	8	€17,699.12	€141,592.92	€18,407.08	€160,000.00
81001	195/70R14 91T IRONMAN RB-12	8	€17,699.12	€141,592.92	€18,407.08	€160,000.00
72430	205/60R15 91H IRONMAN IMOVE	4	€20,530.97	€82,123.89	€10,676.11	€92,800.00
72012	205/65R15 94H IRONMAN IMOVE	4	€21,238.94	€84,955.75	€11,044.25	€96,000.00
59201	215/45ZR17 XL 91W HERCULES RAPTIS WR1	4	€26,194.69	€104,778.76	€13,621.24	€118,400.00
81005	215/65R16 98T IRONMAN RB-12	4	€27,610.62	€110,442.48	€14,357.52	€124,800.00
59199	225/40ZR18 XL 92W HERCULES RAPTIS WR1	4	€31,130.44	€124,601.77	€16,198.23	€140,800.00
80994	225/70R15 100T IRONMAN RB-12	8	€30,088.50	€240,707.96	€31,292.04	€272,000.00
86644	235/70R16 1065 OWL IRONMAN RB-SUV	4	€33,982.30	€135,929.20	€17,670.80	€153,600.00
59212	245/45ZR17 XL 99W HERCULES RAPTIS WR1	4	€38,938.05	€155,752.21	€20,247.79	€176,000.00
59213	245/45ZR18 XL 100W HERCULES RAPTIS WR1	4	€46,017.70	€184,070.80	€23,929.20	€208,000.00
86651	245/65R17 1075 OWL IRONMAN RB-SUV	4	€49,557.52	€198,230.09	€25,769.91	€224,000.00
85448	245/70R16 OWL 107T HERCULES HTS TERRA TRAC	8	€36,106.19	€288,849.56	€37,550.44	€326,400.00
86648	245/70R17 1105 OWL IRONMAN RB-SUV	8	€46,017.70	€368,141.59	€47,858.41	€416,000.00
86642	245/75R16 1115 OWL IRONMAN RB-SUV	8	€46,017.70	€368,141.59	€47,858.41	€416,000.00
86646	255/70R16 1115 OWL IRONMAN RB-SUV	4	€36,814.16	€147,256.64	€19,143.36	€166,400.00
85457	265/65R17 OWL 112T HERCULES HTS TERRA TRAC	4	€38,938.05	€155,752.21	€20,247.79	€176,000.00
86647	265/70R16 1125 OWL IRONMAN RB-SUV	4	€35,398.23	€141,592.92	€18,407.08	€160,000.00
85447	265/70R16 OWL 112T HERCULES HTS TERRA TRAC	4	€38,938.05	€155,752.21	€20,247.79	€176,000.00
86649	265/70R17 1135 OWL IRONMAN RB-SUV	4	€46,017.70	€184,070.80	€23,929.20	€208,000.00
85453	265/75R16 OWL 116T HERCULES HTS TERRA TRAC	4	€38,938.05	€155,752.21	€20,247.79	€176,000.00
86652	LT245/75R16/10 120/1165 OWL IRONMAN RB-12 LT	8	€33,097.35	€424,778.76	€55,221.24	€480,000.00
86653	LT265/75R16/10 123/1205 OWL IRONMAN RB-12 LT	8	€46,017.70	€368,141.59	€47,858.41	€416,000.00
			€0.00	€0.00	€0.00	€0.00
		432	€0.00	€14,019,964.33	€1,822,595.36	€15,842,559.70

Ilustración 3: Inventario inicial.

El pedido se realiza estratégicamente, debido a que se debe tener un inventario que cumpla la necesidad de la mayoría de los clientes. Sin embargo hay llantas las cuales tienen un mayor movimiento que otras, por eso dependiendo de la medida se incrementa o decrece el monto a comprar.

Después de reconocer el monto monetario en el que se debe de incurrir para iniciar la operación se proyectan los ingresos.

#### **4.3.2 Proyección de ingresos**

Se realizará una proyección de ingresos a 05 años, pues se considera que es un tiempo prudente para mostrar el panorama que tendrá la comercializadora de llantas y accesorios para vehículos, la cual indicará el ingreso promedio que puede percibir el negocio en ese periodo de tiempo.

En el cuadro solicitado al Ministerio de Obras Públicas y Transporte (MOPT) nos indica que el tránsito promedio diario para el año 2016 en la zona en donde está ubicado el local ascendía a un monto de 21.195 vehículos, y que de ellos un 77.08% corresponden a vehículos livianos, lo que muestra un total de 16.337,10 vehículos promedio diarios del mercado estrella, lo que significa que con un 0.05% de esos vehículos que se captan diariamente representaría 8 clientes por día.

El primer escenario a mostrar parte del supuesto que entre esos 8 clientes se venden 10 llantas diarias, contemplando que no todos compren el juego completo de llantas para su vehículo (4 llantas), sino que también habrán clientes que solo necesiten cambiar una de sus llantas.

El segundo escenario muestra el supuesto de que entre esos 8 clientes se vendan 20 llantas.

El tercer escenario indica que entre esos 8 clientes se venderían 32 llantas, lo cual significaría que todos llevan el juego de 4 llantas para su vehículo.

Para realizar el siguiente cálculo se tomará en cuenta un precio promedio por llanta de ¢41.801 sin impuestos con un margen de ganancia, como lo muestra el cuadro a continuación:

Tabla 15: Costo promedio por llanta

Código	Descripción	Precio de costo	Precio de venta
MIC381342HI	MICHELIN LATITUDE TOUR HP GRNX 245 / 70 / R16 107H	46.017,70	57.522,12
TIG190441	TIGAR HITRIS 195 / 65 / R15 91H	15.929,20	19.911,50
TIG121798	TIGAR HITRIS 195 / 60 / R15 88H	15.929,20	19.911,50
TIG698959	TIGAR HITRIS 185 / 65 / R15 88H	15.929,20	19.911,50
MIC412394	MICHELIN PRIMACY 3 GRNX 205 / 55 / R16 91V	38.938,05	48.672,57
MIC882148	MICHELIN PILOT SPORT 3 GRNX 205 / 55 / R16 91W	38.938,05	48.672,57
MIC154538	MICHELIN PILOT SPORT 3 GRNX 205 / 55 / R16 91V	38.938,05	48.672,57
TIG367912	TIGAR HITRIS 185 / 65 / R14 86H	14.159,29	17.699,12
TIG434562	TIGAR HITRIS 185 / 60 / R14 82H	14.159,29	17.699,12
1737600	PIRELLI 175/65R14 82T P4CINT (K1)	20.530,97	25.663,72
737300	PIRELLI P185/70R13 85T P400	17.699,12	22.123,89
1582500	PIRELLI 31X10.50R15LT 109S S-ATR WL	48.849,56	61.061,95
1110600	PIRELLI P205/60R15 90T P3000C	28.318,58	35.398,23
1783900	PIRELLI 205/55R16 91V P 7	29.734,51	37.168,14
1964600	PIRELLI 185R14C 102R CHRONO	31.858,41	39.823,01
823100	PIRELLI P195/60R14 85H P6000	27.964,60	34.955,75
1390300	PIRELLI 185/70R13 86T P4CINT	18.407,08	23.008,85
1718000	PIRELLI P225/65R17 102H S-ATR	56.566,37	70.707,96
1575800	PIRELLI 205/70R15C 106R CHRONO	37.522,12	46.902,65
1831200	PIRELLI P265/60R18 110H S-ATR WL	70.796,46	88.495,58
1864000	PIRELLI P245/70R16 111T XL S-ATR	48.849,56	61.061,95
1475100	PIRELLI LT265/70R17 121S S-STRA	65.840,71	82.300,88
2415200	PIRELLI 30X9.50R15LT 104Q S-MTR	45.309,73	56.637,17

1617000	PIRELLI LT265/70R17 121S S-ATR WL	68.672,57	85.840,71
1608000	PIRELLI 195/75R14C 106R CHRONO	35.044,25	43.805,31
1477800	PIRELLI 195/65R15 91H P 7	29.026,55	36.283,19
1178300	PIRELLI 195/65R15 91V P 7	30.442,48	38.053,10
1780200	PIRELLI 235/60R18 103V S-ZERO	60.176,99	75.221,24
2291800	PIRELLI LT255/75R15 109S S-ATR	49.203,54	61.504,42
2329000	PIRELLI 205/60R16 92V P7CINT	30.796,46	38.495,58
72008	175/65R14 82H IRONMAN IMOVE	14.867,26	18.584,07
72429	185/60R14 82H IRONMAN IMOVE	15.575,22	19.469,03
72009	185/65R14 86H IRONMAN IMOVE	15.221,24	19.026,55
80988	185/65R14 86T IRONMAN RB-12	16.238,19	20.353,98
72010	185/65R15 88H IRONMAN IMOVE	15.929,20	19.911,50
72006	185/70R14 88T IRONMAN IMOVE	15.575,22	19.469,03
81000	185/70R14 88T IRONMAN RB-12	16.283,19	20.353,98
72013	195/60R15 88H IRONMAN IMOVE	16.637,17	20.796,46
80995	195/60R15 88T IRONMAN RB-12	17.699,12	22.123,89
81001	195/70R14 91T IRONMAN RB-12	17.699,12	22.123,89
72430	205/60R15 91H IRONMAN IMOVE	20.530,97	25.663,72
72012	205/65R15 94H IRONMAN IMOVE	21.238,94	26.548,67
59201	215/45ZR17 XL 91W HERCULES RAPTIS WR1	26.194,69	32.743,36
81005	215/65R16 98T IRONMAN RB-12	27.610,62	34.513,27
59199	225/40ZR18 XL 92W HERCULES RAPTIS WR1	31.150,44	38.938,05
80994	225/70R15 100T IRONMAN RB-12	30.088,50	37.610,62
86644	235/70R16 106S OWL IRONMAN RB-SUV	33.982,30	42.477,88
59212	245/45ZR17 XL 99W HERCULES RAPTIS WR1	38.938,05	48.672,57
59213	245/45ZR18 XL 100W HERCULES RAPTIS WR1	46.017,70	57.522,12
86651	245/65R17 107S OWL IRONMAN RB-SUV	49.557,52	61.946,90
85448	245/70R16 OWL 107T HERCULES HTS TERRA TRAC	36.106,19	45.132,74
86648	245/70R17 110S OWL IRONMAN RB-SUV	46.017,70	57.522,12
86642	245/75R16 111S OWL IRONMAN RB-SUV	46.017,70	57.522,12
86646	255/70R16 111S OWL IRONMAN RB-SUV	36.814,16	46.017,70
85457	265/65R17 OWL 112T HERCULES HTS TERRA TRAC	38.938,05	48.672,57
86647	265/70R16 112S OWL IRONMAN RB-SUV	35.398,23	44.247,79
85447	265/70R16 OWL 112T HERCULES HTS TERRA TRAC	38.938,05	48.672,57
86649	265/70R17 115S OWL IRONMAN RB-SUV	46.017,70	57.522,12
85453	265/75R16 OWL 116T HERCULES HTS	38.938,05	48.672,57

	TERRA TRAC		
86652	LT245/75R16/10 120/116S OWL IRONMAN RB-12 LT	53.097,35	66.371,68
86653	LT265/75R16/10 123/120S OWL IRONMAN RB-12 LT	46.017,70	57.522,12
<b>TOTAL</b>		<b>¢2.039.884,19</b>	<b>¢2.549.911,49</b>
<b>PRECIO DE VENTA PROMEDIO</b>		<b>¢33.440,72</b>	<b>¢41.801,83</b>

Fuente: Elaboración propia.

Después de sacar el costo promedio de cada llanta se mostrara la proyección de ingresos cumpliendo los tres escenarios antes mencionados, tomando en cuenta el aumento de un 5% en el precio y manteniendo la cantidad anual de llantas vendidas durante los 5 años.

Tabla 16: Proyección de ingresos, escenario 1

Primer escenario					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Llantas vendidas	3120	3120	3120	3120	3120
Precio promedio	₪41.801,00	₪43.891,05	₪46.085,60	₪48.389,88	₪50.809,38
Días laborados	312	312	312	312	312
<b>Ingreso total</b>	<b>₪130.419.120,00</b>	<b>₪136.940.076,00</b>	<b>₪143.787.079,80</b>	<b>₪150.976.433,79</b>	<b>₪158.525.255,48</b>

Tabla 17: Proyección de ingresos, escenario 2

Segundo escenario					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Llantas vendidas	6240	6240	6240	6240	6240
Precio promedio	₪41.801,00	₪43.891,05	₪46.085,60	₪48.389,88	₪50.809,38
Días laborados	312	312	312	312	312
<b>Ingreso total</b>	<b>₪260.838.240,00</b>	<b>₪273.880.152,00</b>	<b>₪287.574.159,60</b>	<b>₪301.952.867,58</b>	<b>₪317.050.510,96</b>

Tabla 18: Proyección de ingresos, escenario 3

Tercer escenario					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Llantas vendidas	9984	9984	9984	9984	9984
Precio promedio	₪41.801,00	₪43.891,05	₪46.085,60	₪48.389,88	₪50.809,38
Días laborados	312	312	312	312	312
<b>Ingreso total</b>	<b>₪417.341.184,00</b>	<b>₪438.208.243,20</b>	<b>₪460.118.655,36</b>	<b>₪483.124.588,13</b>	<b>₪507.280.817,53</b>

En los tres escenarios se observa una venta anual la cual es necesario comparar con la cantidad de gastos que se tiene. La idea es que las ventas

promedio anuales cubran la totalidad de los gastos sin generar pérdidas, si no más bien debe de existir una utilidad luego del pago de todos los gastos.

Se debe aclarar que el precio promedio es un balance, debido a que existen llantas mucho cómodas que otras. Sin embargo existen llantas que superan por mucho el precio promedio, con esto se quiere dar a entender que el negocio para obtener esos ingresos debe mantener un equilibrio precio con cantidad de vehículos captados, si vende muchas llantas menores a ese precio deberá captar más clientes o por el contrario si vende llantas mayores al precio promedio deberá captar menos clientes para llegar a esa meta.

Para poder llegar a la conclusión si esos ingresos cubren la totalidad de gastos y, además, nos genera ingresos se procede a realizar una proyección la cual indica la cantidad de gastos en los que se debe de incurrir anualmente.

### 4.3.3 Proyección de costos y gastos

#### 4.3.3.1 Proyección de gastos operativos anuales.

Tabla 19: Proyección de gastos operativos anuales

<b>Gastos operativos</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Telecomunicaciones	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000
<b>Total otros gastos departamentales</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior nos indica una suma total de ¢2.160.000 la cual corresponde únicamente a los gastos operativos en los que incurrirá la comercializadora, estos son fijos mensualmente y son indispensables para poder operar.

### 4.3.3.2 Proyección de gastos administrativos

Tabla 20: Proyección de gastos administrativos anuales

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Alquiler de local	6.996.000	7.025.150	7.054.300	7.083.450	7.112.600
Depreciación de activos	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	182.876	192.020	201.621	211.702
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>10.537.472</b>	<b>10.575.330</b>	<b>10.613.624</b>	<b>10.652.375</b>	<b>10.691.606</b>

Como lo muestra la tabla anterior, además de los costos operativos, se debe de incurrir en gastos administrativos los cuales hacen que la operación se realice con éxito.

Se proyecta un incremento anual del 5% en el alquiler del local debido a que es una de las condiciones del dueño.

Por otro lado la póliza de Riesgos del Trabajo tiene un incremento anual debido a que los salarios año tras año suben en un 5%, por lo que automáticamente la póliza se mostrará afectada.

Otro gasto en el que se debe de incurrir es el de la depreciación de los activos el cual se refleja seguidamente:

#### 4.3.3.2 Proyección de la depreciación

Tabla 21: Proyección de la depreciación

Activo	Precio	Valor de rescate	Vida útil	Depreciación anual
Sillón grande	109.900	-	5	21.980
Pantalla	108.835	-	5	21.767
Mueble mostrador y estante exhibición	1.200.000	-	10	120.000
Computadora	269.991	-	5	53.998
Silla	57.990	-	5	11.598
Impresora	69.990	-	5	13.998
Balanceadora de llantas	1.419.491	-	10	141.949
Compresor de aire industrial	1.537.360	-	10	153.736
Elevador para automóvil	4.748.313	-	10	474.831
Pistolas de impacto	367.233	-	5	73.447
<b>Total</b>	<b>9.889.103</b>	<b>-</b>	<b>70</b>	<b>1.087.304</b>

Para la proyección de la depreciación se utiliza el método de línea recta. Los activos se deprecian en su totalidad por lo que no existe valor residual, el tiempo será de 5 años y 10 años según su vida útil, bajo este cálculo el monto estimado por gasto de depreciación es de ¢1.087.304 anual.

#### 4.3.4 Costo de capital

El aporte realizado por los socios asciende a un total de ¢36 518 032 (treinta y seis millones quinientos dieciocho mil treinta y dos colones con 00/100) el cual fue dividido entre tres socios en partes iguales. A la hora que realizan su aporte dejan de percibir los intereses bancarios los cuales se convierten en el costo de capital para el cual se estará tomando de referencia la tasa básica activa de nuestro país al día 23 de junio del 2018.

A continuación se detalla el costo de capital para el proyecto que se quiere poner en marcha:

Tabla 22: Costo de capital

Fuente de financiamiento	Monto	% proporción del total	Costo antes de impuestos	Beneficio fiscal	Costo después de impuesto	Costo de capital
Capital social	¢36.518.031,70	100%	16,13%	0%	16,13%	16,13%

Como se observa en el recuadro anterior el costo de capital representa un 16,13%, el cual servirá para sacar el valor actual neto de la inversión, pero antes se requiere saber cuáles serán los flujos de caja para lo cual se realiza un estado de resultados proyectado.

Estos serán elaborados para los tres tipos de escenarios antes mencionados.

### 4.3.5 Estado de resultados proyectado

Tabla 23: Estado de resultados proyectado, escenario 1

	Año corriente				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>					
Ingreso por ventas	130.419.120	136.940.076	143.787.080	150.976.434	158.525.255
<b>Total ingresos</b>	<b>130.419.120</b>	<b>136.940.076</b>	<b>143.787.080</b>	<b>150.976.434</b>	<b>158.525.255</b>

<b>COSTOS</b>					
Costo de la mercadería vendida	104.335.296	109.552.061	115.029.664	120.781.147	126.820.204
<b>Total costos</b>	<b>104.335.296</b>	<b>109.552.061</b>	<b>115.029.664</b>	<b>120.781.147</b>	<b>126.820.204</b>

<b>Nómina departamental</b>					
Sueldos y salarios	14.160.000	14.868.000	15.611.400	16.391.970	17.211.569
Cargas sociales	3.728.328	3.914.744	4.110.482	4.316.006	4.531.806
Aguinaldo	1.179.528	1.238.504	1.300.430	1.365.451	1.433.724
Vacaciones	589.056	618.509	649.434	681.906	716.001
<b>Total nómina departamental</b>	<b>19.656.912</b>	<b>20.639.758</b>	<b>21.671.745</b>	<b>22.755.333</b>	<b>23.893.099</b>

<b>Gastos operativos</b>					
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Telecomunicaciones	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000
<b>Total otros gastos departamentales</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Alquiler de local	6.996.000	7.025.150	7.054.300	7.083.450	7.112.600
Depreciación de activos	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	182.876	192.020	201.621	211.702
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>10.537.472</b>	<b>10.575.330</b>	<b>10.613.624</b>	<b>10.652.375</b>	<b>10.691.606</b>

<b>Total gastos</b>					
Nómina departamental	19.656.912	20.639.758	21.671.745	22.755.333	23.893.099
Gastos operativos	2.160.000	2.160.000	2.160.000	2.160.000	2.160.000
Gastos administrativos	10.537.472	10.575.330	10.613.624	10.652.375	10.691.606
<b>Total</b>	<b>32.354.384</b>	<b>33.375.088</b>	<b>34.445.369</b>	<b>35.567.708</b>	<b>36.744.705</b>

<b>Utilidad</b>					
Perdida o ganancia	(6.270.560)	(5.987.073)	(5.687.953)	(5.372.421)	(5.039.654)
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>(6.270.560)</b>	<b>(5.987.073)</b>	<b>(5.687.953)</b>	<b>(5.372.421)</b>	<b>(5.039.654)</b>

El cuadro anterior muestra los resultados del primer escenario, la venta promedio anual para este es de 3.120 llantas anuales con un costo de un 80% lo que significa que se genera una ganancia de un 20% anual la cual deberá de cubrir la totalidad de los gastos incurridos durante el año.

Para el primer escenario la cantidad de gastos en los que se incurre son mayores a la venta estimada, por lo que esta no cubre la totalidad de estos.

La utilidad antes de los impuestos es negativa, por lo que el primer escenario se considera pesimista.

Para solucionar este caso y mantener una venta de 3.120 llantas anuales se debe de aumentar el margen de ganancia buscando un precio de costo más bajo.

Tabla 24: Estado de resultados proyectado, escenario 2

	Año corriente				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>					
Ingreso por ventas	260.838.240	273.880.152	287.574.160	301.952.868	317.050.511
<b>Total ingresos</b>	<b>260.838.240</b>	<b>273.880.152</b>	<b>287.574.160</b>	<b>301.952.868</b>	<b>317.050.511</b>
<b>COSTOS</b>					
Costo de la mercadería vendida	208.670.592	219.104.122	230.059.328	241.562.294	253.640.409
<b>Total costos</b>	<b>208.670.592</b>	<b>219.104.122</b>	<b>230.059.328</b>	<b>241.562.294</b>	<b>253.640.409</b>
<b>Nómina departamental</b>					
Sueldos y salarios	14.160.000	14.868.000	15.611.400	16.391.970	17.211.569
Cargas sociales	3.728.328	3.914.744	4.110.482	4.316.006	4.531.806
Aguinaldo	1.179.528	1.238.504	1.300.430	1.365.451	1.433.724
Vacaciones	589.056	618.509	649.434	681.906	716.001
<b>Total nómina departamental</b>	<b>19.656.912</b>	<b>20.639.758</b>	<b>21.671.745</b>	<b>22.755.333</b>	<b>23.893.099</b>
<b>Gastos operativos</b>					
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Telecomunicaciones	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000
<b>Total otros gastos departamentales</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>
<b>Gastos administrativos</b>					

Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Alquiler de local	6.996.000	7.025.150	7.054.300	7.083.450	7.112.600
Depreciación de activos	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	182.876	192.020	201.621	211.702
Otros gastos	-	-	-	-	-
Comisiones bancarias	-	-	-	-	-
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>10.537.472</b>	<b>10.575.330</b>	<b>10.613.624</b>	<b>10.652.375</b>	<b>10.691.606</b>

<b>Total gastos</b>					
Nómina departamental	19.656.912	20.639.758	21.671.745	22.755.333	23.893.099
Gastos operativos	2.160.000	2.160.000	2.160.000	2.160.000	2.160.000
Gastos administrativos	10.537.472	10.575.330	10.613.624	10.652.375	10.691.606
<b>Total</b>	<b>32.354.384</b>	<b>33.375.088</b>	<b>34.445.369</b>	<b>35.567.708</b>	<b>36.744.705</b>

<b>Utilidad</b>					
Pérdida o ganancia	19.813.264	21.400.942	23.069.463	24.822.866	26.665.397
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>19.813.264</b>	<b>21.400.942</b>	<b>23.069.463</b>	<b>24.822.866</b>	<b>26.665.397</b>
Impuesto sobre la renta 10%	1.981.326	2.140.094	2.306.946	2.482.287	2.666.540
<b>Utilidad neta</b>	<b>17.831.938</b>	<b>19.260.848</b>	<b>20.762.516</b>	<b>22.340.579</b>	<b>23.998.857</b>

Anteriormente se desarrolla el escenario número dos, el cual es realista. Este genera una utilidad después de los impuestos desde el primer año, por lo que vender 20 llantas al día genera un mayor esfuerzo, sin embargo es el monto que le va a generar mayor estabilidad y seguridad a los socios, debido a que está lejos de tener una pérdida.

En este escenario se toma en cuenta una venta de 6.240 llantas anuales con un costo de un 80% y una ganancia de un 20%, la cual cubre la totalidad de los gastos y además genera ganancias anuales.

Sin embargo si se llega a mejorar el precio de costo e incrementar el margen de ganancia, en este caso las utilidades recibidas podrían ser mejores.

Bajo este escenario les permite a los socios recuperar la inversión inicial en el segundo año de operación.

Tabla 25: Estado de resultados proyectado, escenario 3

	Año corriente				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>					
Ingreso por ventas	417.341.184	438.208.243	460.118.655	483.124.588	507.280.818
<b>Total ingresos</b>	<b>417.341.184</b>	<b>438.208.243</b>	<b>460.118.655</b>	<b>483.124.588</b>	<b>507.280.818</b>
<b>COSTOS</b>					
Costo de la mercadería vendida	333.872.947	350.566.595	368.094.924	386.499.671	405.824.654
<b>Total costos</b>	<b>333.872.947</b>	<b>350.566.595</b>	<b>368.094.924</b>	<b>386.499.671</b>	<b>405.824.654</b>
<b>Nómina departamental</b>					
Sueldos y salarios	14.160.000	14.868.000	15.611.400	16.391.970	17.211.569
Cargas sociales	3.728.328	3.914.744	4.110.482	4.316.006	4.531.806
Aguinaldo	1.179.528	1.238.504	1.300.430	1.365.451	1.433.724
Vacaciones	589.056	618.509	649.434	681.906	716.001
<b>Total nómina departamental</b>	<b>19.656.912</b>	<b>20.639.758</b>	<b>21.671.745</b>	<b>22.755.333</b>	<b>23.893.099</b>
<b>Gastos operativos</b>					
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Telecomunicaciones	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000
<b>Total otros gastos departamentales</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>	<b>2.160.000</b>

<b>Gastos administrativos</b>					
Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Alquiler de local	6.996.000	7.025.150	7.054.300	7.083.450	7.112.600
Depreciación de activos	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304	1.087.304
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	182.876	192.020	201.621	211.702
Otros gastos	-				
Comisiones bancarias	-				
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>10.537.472</b>	<b>10.575.330</b>	<b>10.613.624</b>	<b>10.652.375</b>	<b>10.691.606</b>

<b>Total gastos</b>					
Nómina departamental	19.656.912	20.639.758	21.671.745	22.755.333	23.893.099
Gastos operativos	2.160.000	2.160.000	2.160.000	2.160.000	2.160.000
Gastos administrativos	10.537.472	10.575.330	10.613.624	10.652.375	10.691.606
<b>Total</b>	<b>32.354.384</b>	<b>33.375.088</b>	<b>34.445.369</b>	<b>35.567.708</b>	<b>36.744.705</b>

<b>Utilidad</b>					
Pérdida o ganancia	51.113.853	54.266.561	57.578.362	61.057.210	64.711.458
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>51.113.853</b>	<b>54.266.561</b>	<b>57.578.362</b>	<b>61.057.210</b>	<b>64.711.458</b>
Impuesto sobre la renta 10% y 20%	5.111.385	10.853.312	11.515.672	12.211.442	12.942.292
<b>Utilidad neta</b>	<b>46.002.468</b>	<b>43.413.249</b>	<b>46.062.689</b>	<b>48.845.768</b>	<b>51.769.166</b>

Para el escenario número 3 se obtiene una proyección bastante optimista la cual requiere de un esfuerzo muy grande, el cual genera una ganancia muy provechosa para la Comercializadora de Llantas y Accesorios para Vehículos San Cristóbal.

Para cumplir con esta propuesta se requiere de una venta anual de 9984 llantas lo que significa una venta diaria de 32 llantas, la cual se puede generar mediante estrategias de mercadeo, convenios con diferentes instituciones y empresas, además de una buena publicidad.

Este escenario se considera como el más generoso de todos, ya que le va a permitir a la empresa crecer notablemente y recuperar la inversión inicial en el primer año.

#### **4.3.6 Proyección de flujo de efectivo**

Hasta este punto una vez proyectados los ingresos y los gastos se puede proceder a realizar una proyección a 5 años de cuánto será el flujo de caja de la compañía, excluyendo la depreciación y las reservas realizadas para las vacaciones y el aguinaldo.

Las proyecciones de flujo de caja en los 3 escenarios permitirán a la comercializadora calcular el comportamiento de su liquidez año tras año y de esta forma tomar las decisiones más sólidas en cuanto al efectivo que se maneja.

No obstante se debe de recordar que estos se realizan únicamente para la operación diaria de la empresa y para identificar cuánta liquidez puede generar en los diferentes escenarios. Sin embargo para obtener el VAN este flujo de caja no es el indicado, sino el que contiene la depreciación y las provisiones.

Tabla 26: Flujo de caja proyectado, escenario 1 (pesimista)

Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
Número de llantas vendidas	3.120	3.120	3.120	3.120	3.120	15.600
Precio promedio de llanta	41.801	43.891	46.086	48.390	50.809	230.977
Número de días laborados (domingo cerrado)	312	312	312	312	312	1.560
Total de llantas diarias	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	50
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>130.419.120</b>	<b>136.940.076</b>	<b>143.787.080</b>	<b>150.976.434</b>	<b>158.525.255</b>	<b>720.647.965</b>
Otros ingresos	0	0	0	0	0	
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>130.419.120</b>	<b>136.940.076</b>	<b>143.787.080</b>	<b>150.976.434</b>	<b>158.525.255</b>	<b>720.647.965</b>
Llantero	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823	19.892.273
Agente de ventas	4.080.000	4.284.000	4.498.200	4.723.110	4.959.266	22.544.576
Administrador	6.480.000	6.804.000	7.144.200	7.501.410	7.876.481	35.806.091
<b>Total salarios</b>	<b>14.160.000</b>	<b>14.868.000</b>	<b>15.611.400</b>	<b>16.391.970</b>	<b>17.211.569</b>	<b>78.242.939</b>
C.C.S.S 26,33%	3.728.328	3.914.744	4.110.482	4.316.006	4.531.806	20.601.366
<b>TOTAL SALARIOS Y CARGAS SOCIALES</b>	<b>17.888.328</b>	<b>18.782.744</b>	<b>19.721.882</b>	<b>20.707.976</b>	<b>21.743.374</b>	<b>98.844.304</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Pago a proveedores	104.335.296	109.552.061	115.029.664	120.781.147	126.820.204	576.518.372
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Alquiler del local	6.996.000	6.996.000	6.996.000	6.996.000	6.996.000	34.980.000
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	174.168	174.168	174.168	174.168	870.840
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	3.600.000
Teléfono e Internet	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	3.300.000
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	600.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	2.100.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000	4.800.000
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>115.945.464</b>	<b>121.162.229</b>	<b>126.639.832</b>	<b>132.391.315</b>	<b>138.430.372</b>	<b>634.569.212</b>
<b>TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>133.833.792</b>	<b>139.944.973</b>	<b>146.361.713</b>	<b>153.099.291</b>	<b>160.173.747</b>	<b>733.413.516</b>
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>-3.414.672</b>	<b>-3.004.897</b>	<b>-2.574.634</b>	<b>-2.122.857</b>	<b>-1.648.491</b>	<b>-12.765.551</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA Y BANCOS</b>	0	-3.414.672	-6.419.569	-8.994.203	-11.117.060	
<b>SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS</b>	<b>-3.414.672</b>	<b>-6.419.569</b>	<b>-8.994.203</b>	<b>-11.117.060</b>	<b>-12.765.551</b>	

La liquidez es uno de los indicadores financieros más importantes, cuando un negocio no es capaz de convertir sus activos en dinero líquido sin que estos pierdan su valor significa que tampoco podrá cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

El escenario número uno genera pérdidas, por ende, muestra una liquidez negativa o nula y poco conveniente para la comercializadora de llantas y accesorios.

Lo anterior significa que la solvencia ante situaciones de crisis puede ser un riesgo bastante alto.

Para contrarrestar este efecto se tienen varias opciones, entre estas, cobrar el dinero que se encuentra pendiente de pago siempre y cuando existan cuentas por cobrar. Si este no es el caso se debe de incurrir a bajar costos y cuando esto no es posible se procede a aumentar la venta para generar un mayor ingreso.

Tabla 27: Flujo de caja proyectado, escenario 2 (realista)

Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
Número de llantas vendidas	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	31.200
Precio promedio de llanta	41.801	43.891	46.086	48.390	50.809	230.977
Número de días laborados (domingo cerrado)	312	312	312	312	312	1.560
Total de llantas diarias	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	100
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>260.838.240</b>	<b>273.880.152</b>	<b>287.574.160</b>	<b>301.952.868</b>	<b>317.050.511</b>	<b>1.441.295.930</b>
Otros ingresos	0	0	0	0	0	
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>260.838.240</b>	<b>273.880.152</b>	<b>287.574.160</b>	<b>301.952.868</b>	<b>317.050.511</b>	<b>1.441.295.930</b>
Llantero	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823	19.892.273
Agente de ventas	4.080.000	4.284.000	4.498.200	4.723.110	4.959.266	22.544.576
Administrador	6.480.000	6.804.000	7.144.200	7.501.410	7.876.481	35.806.091
<b>Total salarios</b>	<b>14.160.000</b>	<b>14.868.000</b>	<b>15.611.400</b>	<b>16.391.970</b>	<b>17.211.569</b>	<b>78.242.939</b>
C.C.S.S 26,33%	3.728.328	3.914.744	4.110.482	4.316.006	4.531.806	20.601.366
<b>TOTAL SALARIOS Y CARGAS SOCIALES</b>	<b>17.888.328</b>	<b>18.782.744</b>	<b>19.721.882</b>	<b>20.707.976</b>	<b>21.743.374</b>	<b>98.844.304</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Pago a proveedores	208.670.592	219.104.122	230.059.328	241.562.294	253.640.409	1.153.036.744
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Alquiler del local	6.996.000	6.996.000	6.996.000	6.996.000	6.996.000	34.980.000
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	174.168	174.168	174.168	174.168	870.840
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	3.600.000
Teléfono e Internet	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	3.300.000
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	600.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	2.100.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000	4.800.000
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>220.280.760</b>	<b>230.714.290</b>	<b>241.669.496</b>	<b>253.172.462</b>	<b>265.250.577</b>	<b>1.211.087.584</b>
<b>TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>238.169.088</b>	<b>249.497.034</b>	<b>261.391.377</b>	<b>273.880.438</b>	<b>286.993.951</b>	<b>1.309.931.888</b>
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>22.669.152</b>	<b>24.383.118</b>	<b>26.182.782</b>	<b>28.072.430</b>	<b>30.056.560</b>	<b>131.364.042</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA Y BANCOS</b>	0	22.669.152	47.052.270	73.235.052	101.307.482	
<b>SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS</b>	<b>22.669.152</b>	<b>47.052.270</b>	<b>73.235.052</b>	<b>101.307.482</b>	<b>131.364.042</b>	

Como se puede observar al aumentar la cantidad de llantas vendidas la empresa genera inmediatamente una liquidez positiva en el flujo de caja, el cual permitirá a la Junta Directiva tomar las decisiones.

No obstante se debe de recordar que el dinero ocioso en una compañía no es sano, porque cuando esta genera un exceso de liquidez como es el caso del escenario número 3, se debe de buscar cómo poner a generar más con ese dinero que se encuentra sin movimiento.

Tabla 28: Flujo de caja proyectado, escenario 3 (optimista)

Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
Número de llantas vendidas	9.984	9.984	9.984	9.984	9.984	49.920
Precio promedio de llanta	41.801	43.891	46.086	48.390	50.809	230.977
Número de días laborados (domingo cerrado)	312	312	312	312	312	1.560
Total de llantas diarias	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	160
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>417.341.184</b>	<b>438.208.243</b>	<b>460.118.655</b>	<b>483.124.588</b>	<b>507.280.818</b>	<b>2.306.073.488</b>
Otros ingresos	0	0	0	0	0	
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>417.341.184</b>	<b>438.208.243</b>	<b>460.118.655</b>	<b>483.124.588</b>	<b>507.280.818</b>	<b>2.306.073.488</b>
Llantero	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823	19.892.273
Agente de ventas	4.080.000	4.284.000	4.498.200	4.723.110	4.959.266	22.544.576
Administrador	6.480.000	6.804.000	7.144.200	7.501.410	7.876.481	35.806.091
<b>Total salarios</b>	<b>14.160.000</b>	<b>14.868.000</b>	<b>15.611.400</b>	<b>16.391.970</b>	<b>17.211.569</b>	<b>78.242.939</b>
C.C.S.S 26,33%	3.728.328	3.914.744	4.110.482	4.316.006	4.531.806	20.601.366
<b>TOTAL SALARIOS Y CARGAS SOCIALES</b>	<b>17.888.328</b>	<b>18.782.744</b>	<b>19.721.882</b>	<b>20.707.976</b>	<b>21.743.374</b>	<b>98.844.304</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Publicidad	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Pago a proveedores	333.872.947	350.566.595	368.094.924	386.499.671	405.824.654	1.844.858.791
Reparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Suministros de aseo	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Suministros de oficina	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Alquiler del local	6.996.000	6.996.000	6.996.000	6.996.000	6.996.000	34.980.000
Póliza Riesgos del Trabajo	174.168	174.168	174.168	174.168	174.168	870.840
Servicios contables	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	3.600.000
Teléfono e Internet	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	3.300.000
Agua	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	600.000
Electricidad	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	2.100.000
Herramientas	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000	4.800.000
Otros egresos	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	1.800.000
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>345.843.115</b>	<b>362.536.763</b>	<b>380.065.092</b>	<b>398.469.839</b>	<b>417.794.822</b>	<b>1.904.709.631</b>
<b>TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>363.731.443</b>	<b>381.319.507</b>	<b>399.786.974</b>	<b>419.177.814</b>	<b>439.538.197</b>	<b>2.003.553.935</b>
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>53.609.741</b>	<b>56.888.736</b>	<b>60.331.681</b>	<b>63.946.774</b>	<b>67.742.621</b>	<b>302.519.553</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA Y BANCOS</b>	0	53.609.741	110.498.477	170.830.158	234.776.932	
<b>SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS</b>	<b>53.609.741</b>	<b>110.498.477</b>	<b>170.830.158</b>	<b>234.776.932</b>	<b>302.519.553</b>	

Muchas veces el excedente de dinero se puede convertir en un dolor de cabeza en vez de una ventaja, esto debido a que cuando la compañía tiene mucha liquidez disponible comienza a hacer gastos innecesarios los cuales en vez de generar ganancias producen las pérdidas.

Es por ello que los flujos de caja son una herramienta para tomar decisiones efectivas e invertir en algo que genere más ingresos y, no por el contrario, gastar en algo que nos genera una pérdida.

Se puede afirmar que por no utilizar de forma adecuada la herramienta, se puede pasar de ser una empresa con una liquidez bastante alta a ser una empresa con un alto peligro de riesgo.

#### **4.6.7 Valor actual neto de la inversión**

El siguiente cálculo se realizará para determinar si el negocio es rentable o no en los tres escenarios antes mencionados.

Para que el negocio sea rentable el VAN debe de ser mayor a 0, si es menor a 0 o negativo significa que el negocio no generara la rentabilidad necesaria para sostener el proyecto, por lo que se debe de desistir de este o reinventar un nuevo plan que genere la rentabilidad.

Para ese cálculo se debe de tomar en cuenta el flujo de caja disponible el cual incluye las reservas y la depreciación, además del costo de capital antes mencionado.

Tabla 29: Valor actual neto

Escenario 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>-6.270.560</b>	<b>-5.987.073</b>	<b>-5.687.953</b>	<b>-5.372.421</b>	<b>-5.039.654</b>
Tasa	16,13%	16,13%	16,13%	16,13%	16,13%
n	5	5	5	5	5
Inv. inicial	36.518.032				
<b>VAN</b>	<b>-5.399.604</b>	<b>-4.439.415</b>	<b>-3.631.807</b>	<b>-2.953.877</b>	<b>-2.386.045</b>
<b>Van</b>	<b>-55.328.778</b>				

Escenario 2	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>17.831.938</b>	<b>19.260.848</b>	<b>20.762.516</b>	<b>22.340.579</b>	<b>23.998.857</b>
Tasa	16,13%	16,13%	16,13%	16,13%	16,13%
n	5	5	5	5	5
Inv. inicial	36.518.032				
<b>VAN</b>	<b>15.355.152</b>	<b>14.281.919</b>	<b>13.257.044</b>	<b>12.283.347</b>	<b>11.362.357</b>
<b>Van</b>	<b>30.021.787</b>				

Escenario 3	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>46.002.468</b>	<b>43.413.249</b>	<b>46.062.689</b>	<b>48.845.768</b>	<b>51.769.166</b>
Tasa	16,13%	16,13%	16,13%	16,13%	16,13%
n	5	5	5	5	5
Inv. inicial	36.518.032				
<b>VAN</b>	<b>39.612.906</b>	<b>32.190.924</b>	<b>29.411.421</b>	<b>26.856.489</b>	<b>24.510.323</b>
<b>VAN</b>	<b>116.064.032</b>				

En el escenario pesimista se genera un Van negativo, que nos vuelve a reafirmar que bajo estas condiciones no es rentable invertir. No obstante, para los escenarios 2 y 3 los resultados que se presentan son bastante buenos.

#### 4.6.8 Tasa interna de retorno

El valor actual neto y la tasa interna de retorno son indicadores de rentabilidad para la toma de decisiones en un proyecto de inversión los cuales mantienen una relación bastante grande.

La tasa interna de retorno es el porcentaje de interés mediante el cual el VAN se convierte en 0, lo que significa que es la tasa de interés más alta a la que le es permitido al proyecto tener una deuda para financiarlo.

Tabla 30: Tasa interna de retorno

Escenario 2	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>-36.518.032</b>	<b>17.831.938</b>	<b>19.260.848</b>	<b>20.762.516</b>	<b>22.340.579</b>	<b>23.998.857</b>
<b>TIR</b>	<b>46%</b>					

Escenario 3	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>-36.518.032</b>	<b>46.002.468</b>	<b>43.413.249</b>	<b>46.062.689</b>	<b>48.845.768</b>	<b>51.769.166</b>
<b>TIR</b>	<b>123%</b>					

Como se observa en el cuadro anterior solo se calculó TIR del escenario 2 y 3, debido a que el escenario 1 genera una pérdida durante los 5 años, por lo cual el indicador VAN es negativo lo que significa que si el proyecto rige con base en el primer escenario la rentabilidad será negativa o nula. Por consiguiente, no existe un TIR válido para este escenario, en otras palabras no cuenta con un porcentaje de endeudamiento permitido.

Para los escenarios 2 y 3 se puede observar que el TIR es de un 46% y un 123% sucesivamente, lo cual sobrepasa el costo capital el cual es de un 16.13% lo que significa que tienen una rentabilidad bastante provechosa para el proyecto.

#### **4.6.9 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio muestra cuánto se debe de vender para cubrir todos los gastos del negocio sin generar una pérdida o una ganancia, es decir que las ventas cubran un 100% de nuestros gastos y se logre el equilibrio  $\text{ventas} = \text{gastos}$ .

A continuación se muestra el punto de equilibrio para la comercializadora de llantas y accesorios.



Como se observa en el cuadro anterior para llegar al punto de equilibrio varía la cantidad de llantas que se deben de vender, esto debido al incremento de un 5% en el precio promedio de la llanta por lo que cada vez será menor la cantidad de llantas a vender, porque el costo de esta será un poco más alto.

#### **4.6.10 Análisis de sensibilidad**

##### **4.6.10.1 Escenario pesimista**

El escenario número 1, el cual implica una venta de 10 llantas diarias y 3.120 llantas anuales, no es rentable pues este monto no llega ni siquiera al punto de equilibrio el cual es de 3.529 llantas para el primer año, dando una pérdida durante 5 años, lo cual genera un flujo de caja negativo. Por lo tanto el VAN en este escenario también es negativo, llevando a la conclusión que el proyecto bajo estos términos no se considera rentable.

##### **4.6.10.2 Escenario optimista**

Por otro lado, el escenario número 2, representa una propuesta positiva la cual se destaca por ser la ideal. En esta se proyecta una venta de 20 llantas diarias o bien 6.240 anuales, en el análisis de mercado se indica que para llegar a esta meta solamente es necesario captar un 0.05% de la cantidad de vehículos que pasan por esta zona, lo cual representa una cantidad de 8 vehículos, de los cuales algunos tendrán que adquirir el juego completo (4 llantas) y otros no adquirirán las 4 llantas que requiere su vehículo.

Con este escenario el proyecto obtendrá una ganancia favorable para continuar creciendo por lo tanto el flujo de caja incrementa año tras año generando un VAN positivo de ¢47.465.724 lo que significa que el proyecto crea valor y un TIR del 61% lo cual es bastante generoso comparado con el costo de capital que es de 16.13%, el proyecto podrá llegar hasta este porcentaje de endeudamiento y aun así no generar pérdidas, por lo que esta propuesta es la meta a llegar.

#### **4.6.10.3 Escenario muy optimista**

Para el escenario número 3, se presenta una propuesta muy optimista la cual no es imposible, pero requiere de un mayor esfuerzo para lograrlo, pues se deben vender 32 llantas diarias o 9.984 llantas anuales.

Lo anterior implica una ganancia y un flujo de caja proyectado a 5 años bastante favorable, según el indicador de rentabilidad VAN la comercializadora de llantas y accesorios para autos bajo este escenario es muy optimista y el TIR representa un 151% sobre un 16.13% del costo de capital. Los datos anteriores indican que la rentabilidad y factibilidad de la empresa son buenas.

## **CAPÍTULO V**

### **Conclusiones y recomendaciones**

## **5.1 Conclusiones**

### **5.1.1 Creación de una comercializadora de llantas y accesorios para autos en Zapote, San José, Costa Rica**

El tema principal de esta investigación es la creación un negocio propio.

Después de todo el análisis realizado se concluye que emprender es posible, sin embargo, no es sencillo, porque se requiere de mucho tiempo y dedicación, además de un gran esfuerzo y motivación por construir un negocio propio.

La construcción del análisis de factibilidad es el pilar principal para poner en marcha un proyecto y al realizarlo muestra el panorama completo del negocio y facilita la toma de las decisiones.

#### **5.1.2 Estudio de mercado**

- Según los datos brindados por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT) se concluye que la cantidad de vehículos que transitan por la zona de Zapote son suficientes para lograr una captación de clientes de un 0.05% de vehículos, que representan 8 clientes diarios, ya que según el contador facilitado por el MOPT por esa zona transitan 21.195 vehículos de los cuales un 77.08% son livianos, por lo cual captar un 0.05% de esa cantidad daría la sostenibilidad necesaria al negocio.

- Por otra parte, se concluye que el producto a comercializar no es un bien que se requiera siempre, debido a que no siempre se cambian las llantas del vehículo. Sin embargo, la sobrepoblación vehicular es tan grande que es un producto que se va a requerir, por lo tanto el mercado siempre va a existir.

- La facilidad con la que se adquiere un vehículo hoy permite concluir que año tras año existirán más vehículos transitando por las calles de nuestro país, por lo que es un mercado en crecimiento constante.

En general se concluye que en la zona en donde se quiere abrir la comercializadora cuenta con un mercado para que el proyecto sea exitoso.

### **5.1.3 Estudio técnico**

#### **5.1.3.1 Local comercial grande con parqueo amplio de al menos 5 vehículos**

Se concluye que para la puesta en marcha del proyecto el local comercial debe de ser grande, con un espacio suficiente para almacenar un inventario de 500 llantas. Además debe de contar con una zona de taller segura y amplia para la maquinaria y las herramientas indispensables en la operación diaria,

Se requiere que el local cuente con una sala de espera confortable y con un parqueo de al menos 5 espacios, que permita a los clientes esperar su turno con seguridad de que su vehículo está protegido.

#### **5.1.3.2 Ubicación de la comercializadora de llantas y accesorios para vehículos**

La ubicación seleccionada es ideal para poner a andar el proyecto, porque es en una zona altamente transitada por el mercado estrella, por lo cual se concluye que esta es idónea para la naturaleza del negocio a crear.

#### **5.1.3.3 El local debe de ser adaptado a la naturaleza del negocio**

Se debe de remodelar el local e instalar el equipo y las herramientas necesarias para el funcionamiento adecuado.

Después de consultar a expertos se ha concluído que la remodelación tiene un costo de ¢2.453.900 lo cual incluye mano de obra y materiales, pintura y stands para las llantas.

#### **5.1.3.4 Equipo y mobiliario de calidad**

Después de realizar el estudio técnico se ha definido el equipo que se requiere utilizar, además de su precio y calidad.

### **5.1.4 Aspectos administrativos**

#### **5.1.4.1 Personal**

Se concluye que para poner en marcha el negocio se requiere de 3 empleados, considerando que es una pequeña empresa por lo que el gasto por planilla no es tan elevado. En esta planilla se toma en cuenta a un vendedor, un llantero y un administrador los cuales son suficientes para atender la demanda proyectada.

Por otro lado, se ha definido el perfil profesional con el que debe de contar cada colaborador, esto con el fin de reclutar a las personas idóneas para los puestos.

#### **5.1.4.2 Misión, visión y valores:**

Se establecen tres aspectos importantes de toda compañía que indican el qué quiere, hacia dónde se dirige, cómo se va a lograr y qué valores la caracterizan y diferencian de las demás empresas.

#### **5.1.5 Estudio legal**

Con la realización del estudio legal se define que la comercializadora de llantas y accesorios para autos se creará bajo la figura jurídica de una Sociedad Anónima y no como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, esto porque

según el cuadro comparativo realizado la Sociedad Anónima se acopla mejor a las necesidades del proyecto, además de ser más segura.

Con el estudio legal se permite conocer los diferentes trámites a realizar para la creación de esta, y se concluye que sí cumple legalmente con todos los requisitos solicitados.

Otro de los aspectos importantes del estudio legal es el registro del nombre comercial y marca; para este caso se concluye que únicamente será registrado el nombre comercial de esta para comenzar.

### **5.1.6 Estudio financiero**

#### **5.1.6.1 Rentabilidad del proyecto**

Después de realizar el estudio financiero se concluye que el proyecto es rentable bajo los escenarios 2 y 3, porque cuentan con un valor actual neto positivo y una tasa interna de retorno mayor al costo de capital.

El escenario número uno es negativo, por lo cual poner en marcha el negocio bajo este escenario no generará rentabilidad.

#### **5.1.6.2 Financiamiento del proyecto**

Se concluye que no se requiere de un financiamiento por parte de una entidad bancaria, debido a que los tres socios estarán dispuestos a brindar un 100% del dinero requerido para poner en marcha el negocio.

#### **5.1.6.3 Liquidez del proyecto**

Se concluye que el flujo de caja para los escenarios números 2 y 3 generan liquidez para hacerle frente a las deudas de corto plazo, mientras que el escenario número 1 no es capaz de esto.

### **Conclusión general**

Con la realización del proyecto se concluye que cada uno de los aspectos contemplados en este aportan información de alto nivel para la toma de las decisiones, y se debe de contemplar cada una de estas si se quiere llevar el negocio al éxito y con ello evitar los riesgos innecesarios.

Un análisis de factibilidad no solo nos indica si el negocio es factible o no, sino que va más allá y contempla que es todo aquello que se debe de realizar para que ese negocio sea factible, desde un análisis de mercado, un estudio técnico, ver los aspectos administrativos y legales, además de todo lo que financieramente está involucrado en el negocio.

Sin duda alguna elimina la incertidumbre y muestra las proyecciones a futuro que generan la seguridad en cada paso que se da.

## **Recomendaciones**

### **Emprender un negocio**

Se recomienda antes de tomar la decisión de emprender un negocio realizar un estudio completo de factibilidad, el cual simplifique la toma de las decisiones y minimice el riesgo.

### **Mercado**

El mercado es la base del crecimiento de cualquier negocio. Si hay mercado el negocio prosperará por lo que es importante hacer un mercado fiel a este.

Se debe recordar que el producto a vender no es novedoso por ello la importancia de diferenciarse en el servicio al cliente, que este elija venir al negocio porque se siente cómodo y satisfecho con el servicio que se le brinda.

Se recomienda buscar una clientela nueva mediante los convenios con empresas e instituciones.

Las redes sociales hoy son la base de la publicidad de cualquier empresa, por lo cual realizar una buena labor en estas puede no solo dar resultados muy buenos, sino también generar un ahorro bastante importante al negocio.

### **Estudio técnico**

La buena imagen del local es importante mantenerla por la naturaleza del negocio, pues es muy común que este se ensucie con facilidad. Por consiguiente, se recomienda que siempre el local esté limpio y ordenado a la vista de los clientes.

Es importante darle mantenimiento y pintarlo cada cierto tiempo para que la imagen de este siempre se mantenga agradable.

Por otro lado, la seguridad es de vital importancia, por ello se debe de dar el mantenimiento a la maquinaria y revisar que todo esté en buen estado y con ello evitar los accidentes.

### **Aspectos administrativos**

En primera instancia se recomienda mantener al personal con una motivación adecuada para que este se sienta realizado con su trabajo. Se debe generar un ambiente laboral agradable y que exista seguridad en el personal, evitar al máximo una constante rotación para que se sientan confiados y satisfechos con su trabajo.

### **Aspectos legales**

Es necesario estar en regla con todos los requisitos legales, por lo cual se recomienda no restarle importancia a ningún trámite, debido a que esto luego puede generar serios problemas y entorpecer el crecimiento del negocio.

Si se omite algún trámite y llega a ser descubierto el costo y el tiempo pueden ser mayores por lo que las consecuencias serían peores.

### **Aspectos financieros**

El negocio genera una rentabilidad en los escenarios 2 y 3 por lo que se recomienda ponerlo en marcha bajo estas propuestas las cuales se deben seguir al pie de la letra y evitar incurrir en los costos innecesarios que no se encuentren presupuestados.

Por otra parte, se recomienda aumentar el margen de utilidad del negocio comprando la mercadería a un precio de costo menor.

### **Recomendación final**

Es importante destacar que la mayoría de los frentes analizados llevan hacia escenarios positivos para la creación de la comercializadora de llantas y accesorios en San José, específicamente en el área de Zapote.

Por lo tanto, se realiza la "Propuesta" en función de que la apertura es un hecho.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

Tabla 32: Propuesta

<b>Actividad</b>	<b>Duración</b>
<b>Etapa 1</b>	
Cerrar negociación con el dueño del local y firma del contrato	30 días
Conformación de la Sociedad Anónima: Se debe de reunir a los 3 socios y al abogado notario para iniciar esta conformación.	1 día
Presentación de requisitos:  Se procede con la firma de la escritura y se realiza el pago del edicto bajo el nombre de la academia. Seguidamente se envía el recibo del edicto junto con la escritura al Registro para realizar la inscripción.	10 días
Inscripciones:  Seguidamente se inscribe el nombre comercial en el registro de la propiedad industrial para el cual se debe de llenar el formulario correspondiente y autorizar la publicación en La Gaceta.	90 días
Recolección de hojas de vida para iniciar la selección del personal.	30 días
Entrevistas a postulantes: una vez que se seleccionan a los candidatos que cumplan con todos los requisitos para el puesto se	5 días

precede a entrevistarlos.	
Contratación del personal: Se elige el equipo de trabajo y se procede a explicar de manera más detallada sus funciones en el negocio.	2 días
CCSS: Se realiza el trámite para inscribir al negocio como patrono en la CCSS.	5 días
INS: Se procede a solicitar lo póliza de Riesgos del Trabajo.	3 días
Ministerio de Salud: se procede a realizar la tramitología para solicitar el permiso de funcionamiento en el Ministerio de Salud.	15 días
Ministerio de Hacienda: Se llenan los formularios correspondientes para inscribirse en el Ministerio de Hacienda	1 día
Municipalidad: Se solicita la patente comercial.	20 días
<b>Etapa 2</b>	
Contratación del maestro de obras para la remodelación total del local e instalación de los estantes para las llantas	60 días
Compra del equipo y mobiliario para la puesta en marcha.	10 días
Acomodo de las diferentes áreas e Instalación de la maquinaria.	10 días

Pruebas de la maquinaria	5 días
<b>Etapa 3</b>	
Preparación y colocación del rótulo	7 días
Realizar la publicidad mediante boletines y redes sociales	10 días
<b>Etapa 4 : Abrir el negocio y ponerlo en marcha</b>	

Como se observa en el cuadro anterior, para poner en marcha el negocio se requiere de todo un proceso, que según lo proyectado, se espera que dure alrededor de 314 días lo que equivale a menos de 11 meses aproximadamente.

Esta propuesta consiste en llevar el proceso mediante 4 etapas. La primera etapa es la de iniciación, en donde se prepara al negocio legalmente para funcionar y se realiza la contratación del personal con todas las garantías de la ley. La segunda consiste en preparar el local para la apertura, mientras la tercera es el lanzamiento del negocio con el procedimiento de realizar la propaganda para darlo a conocer. La cuarta y última etapa es la que consiste en la apertura del negocio.

## **BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA**

Abb i, V. y Mérida, L (2017). *Estudio de factibilidad económica- financiera para la creación de una empresa de productos saludables en la zona de prados del este, municipio Baruta, estado Miranda*. Universidad Nueva Esparta, Venezuela. Recuperado de <http://www.miunespace.une.edu.ve/jspui/handle/123456789/3081>.

American Psychological Association. (2009). *Manual of the American Psychological Association*. 6 th. ed. Washington D.C: Psychological Association.  
Andréu, J. (S.F.). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Universidad de Granada, Nicaragua. Recuperado de:  
<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>.

Baca Urbina, Gabriela. (2016). *Evaluación de proyectos*. 8ª ed. México: Ed.Mc Graw-Hill/ Interamericana Editores S.A.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. 3ª ed. Colombia: Ed. Pearson Educación.

Chávez de Paz, D. (S.F.) *Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídica social*. Recuperado de:

[https://www.unifr.ch/ddp1/derechopenal/articulos/a\\_20080521\\_56.pdf](https://www.unifr.ch/ddp1/derechopenal/articulos/a_20080521_56.pdf)

Domínguez, J. y Seco. M (2010). *Análisis económico-financiero*. Escuela de organización industrial. Recuperado de

[http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:67125/componente67150.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67125/componente67150.pdf)

Eugene F. y Brigham y Michael C. Ehrhardt (2018). *Finanzas Corporativas*. 1ª ed. México: Ed. Cengage Learning Editores, S.A.

Fernández, R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia*. 1ª ed. México: Ed. McGraw-Hill Interamericana.

Harris, A. y Santos, Y (2013). *Estudio de factibilidad para el montaje de un almacén de venta de material electrónico de refrigeración de la empresa Solumec en la ciudad de Cartagena*. Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias, Colombia.

Hernández, S. (2012). *Administración*. 3ª ed. México: Ed. McGraw-Hill.

Lambretón, V. y Garza, G. (2016). *Costos para la toma de decisiones*. 1ª ed. México: Ed. Pearson Educación.

López Rivas, H (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa para el aprovechamiento industrial de llantas usadas en el municipio de Sogamoso*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Sogamoso, Colombia.

Recuperado de

<http://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/2681/3/79703139.pdf>

Louffat, E. (2012). *Administración de potencial humano*. 1ª ed. México: Ed. Cengage Learning Editores, S.A.

Rodríguez Rodríguez, S (2013). *Análisis de factibilidad financiera de una línea de productos veterinarios en una empresa farmacéutica costarricense*. Tecnológico de Costa Rica, San José, Costa Rica. Recuperado de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/15402>.

Scott Besley y Eugene F. Brigham (2015). *FICN 4: Finanzas* Herrera Garnica, M. y Lazo Suquinagua, J (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de jeans "Fashions Jeans" en la ciudad de Cuenca*. Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, Ecuador.

Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS-CT003599.pdf>.

Scott Besley y Eugene F. Brigham (2015). *FICN 4: Finanzas Corporativas*. 4ª ed. México: Ed. Cengage Learning Editores, S.A.

Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. 6ª ed. México: Ed. Mc Graw Hill.

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. 4ª ed. México: Ed. Limusa.

Valverde Mora, J (2014). *Desarrollo de estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de distribución de pescado y mariscos*. Tecnológico de Costa Rica, San José, Costa Rica.

Van, J. (2010). *Fundamentos de la administración financiera*. 13ª ed. Colombia; Ed. Pearson Educación.

## **ANEXOS**

## Anexo número 1

### Vehículos automotores en circulación según estilo

CUADRO 9.5.1								
Costa Rica: Vehículos automotores en circulación, según estilo 2012-2015								
Año	Total 1/	Estilos de vehículos						
		Automóvil a/	Autobuses b/	Camiones de carga < 3500 kg	Camiones de carga > 3500 kg	Taxis	Equipo especial c/	Motocicletas
2012	1 134 373	722 020	16 354	160 742	35 042	12 150	11 791	176 274
2013	1 187 624	754 689	17 411	164 736	35 392	12 261	12 879	190 256
2014	1 258 183	789 260	18 554	169 864	35 897	12 420	13 455	218 733
2015	1 346 344	833 570	17 237	176 091	36 868	12 635	14 026	255 917

Nota: Se hizo un cambio en el cuadro con relación a la publicación del anuario estadístico 2011, debido a que en ese momento no se obtuvieron datos para los años po

1/ Los vehículos en circulación corresponden a los que cumplieron con las obligaciones de pago del INS

a/ Incluye automóviles y vehículos doble tracción de pasajeros particulares

b/ Incluye buses, microbuses y busetas de ruta y privado (estudiantes, personal de empresas y turistas), que tengan placas de autobuses

c/ Incluye camiones tanques para transportar productos peligrosos, camiones de basura, maquinaria agrícola, remolques y otros.

Fuente: Ministerio de Obras Públicas y Transporte, MOPT. Dirección de Planificación Sectorial, Departamento de Financiamiento e Inversiones.

## Anexo número 2

### Cantidad de vehículos importados según tipo

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS: CANTIDAD DE VEHICULOS IMPORTADOS SEGÚN TIPO <sup>1/</sup> Y AÑO DE IMPORTACIÓN, POR AÑO-MODELO DEL VEHÍCULO																
AÑOS 2009 AL 2016 (al mes de octubre)																
Año / Modelo	VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE PERSONAS (8703)								VEHICULOS PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS (8704)							
	AÑO DE IMPORTACIÓN								AÑO DE IMPORTACIÓN							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
2017							24.337								5.507	
2016							27.447	15.370						6.350	3.335	
2015						16.696	13.353	414					2.701	2.995	143	
2014					13.386	16.611	893	286				2.878	4.414	234	30	
2013				11.564	16.044	647	191	557			2.594	4.292	250	34	52	
2012			13.665	20.335	700	170	390	1.041			2.114	3.998	347	44	72	
2011		10.875	12.375	304	150	200	299	577		2.078	3.277	133	61	40	63	
2010	3.038	7.512	492	225	174	352	576	1.129	728	2.132	134	77	49	44	79	
2009	8.983	1.001	325	352	315	672	1.138	792	3.498	481	86	66	39	54	98	
2008	884	581	744	795	712	1.441	1.289	1.627	421	139	134	110	102	137	90	
2007	526	1.023	1.200	1.599	1.324	1.814	2.589	2.471	84	126	145	164	119	103	117	
2006	532	651	1.031	1.152	827	1.047	1.376	1.189	96	138	179	152	105	117	116	
2005	416	748	880	1.076	689	847	961	875	78	120	161	167	115	86	91	
2004	548	816	1.084	1.080	765	913	1.001	845	105	108	144	123	79	80	100	
2003	907	1.561	2.046	2.257	1.565	1.814	1.992	1.584	145	138	119	113	91	84	72	
2002	1.640	2.574	3.210	3.065	2.121	2.226	2.210	1.746	168	190	144	149	100	96	92	
2001	2.073	3.635	4.004	4.079	2.708	2.579	2.661	1.583	225	193	174	176	117	102	116	
2000	2.085	3.419	4.328	3.507	2.240	2.208	1.593	1.094	250	233	203	189	143	107	114	
1924 al 1999	10.154	11.580	10.267	7.373	3.433	2.102	1.640	1.080	2.197	2.081	1.613	1.112	688	502	528	
Total general	31.786	45.976	55.651	58.763	47.153	52.339	61.599	58.597	7.995	8.157	8.627	9.323	9.325	8.961	11.361	
Peso porcentual																
Modelos del año y siguiente año	37,8%	40,0%	46,8%	54,3%	62,4%	63,6%	66,2%	67,8%	52,9%	51,6%	62,5%	70,7%	76,9%	79,4%	82,3%	
Demás modelos anteriores	62,2%	60,0%	53,2%	45,7%	37,6%	36,4%	33,8%	32,2%	47,1%	48,4%	37,5%	29,3%	23,1%	20,6%	18,0%	

<sup>1/</sup> 8703: Vehículos automóbiles.

8704: Vehículos para el transporte de mercancías.

Fuente: Dirección General de Aduanas, información contenida en el Sistema TICA, 2009 - 2016.

### Anexo número 3

### Cantidad de vehículos importados

MES	ESTADO	PARTIDA	CANTIDAD	VALOR ADUANERO (US\$)	IMPUESTOS (c colones)	CANTIDAD	VALOR ADUANERO (US\$)	IMPUESTOS (c colones)	CANTIDAD	VALOR ADUANERO (US\$)	IMPUESTOS (c colones)
ENERO	NUEVO	8703	2,675	43,538,091	12,019,090,763	3,367	53,012,684	14,627,337,837	25.9%	21.8%	21.7%
		8704	567	12,092,407	2,558,929,053	791	17,969,692	3,138,093,671	39.5%	48.6%	22.6%
	TOTAL NUEVO	3,242	55,630,498	14,578,019,816	4,158	70,982,375	17,765,431,508	28.3%	27.6%	21.9%	
	USADO	8703	1,515	6,192,715	2,262,439,397	1,545	7,268,900	2,580,471,521	2.0%	17.4%	14.1%
		8704	130	839,265	260,771,369	164	1,278,454	370,207,657	26.2%	52.3%	42.0%
TOTAL USADO	1,645	7,031,979	2,523,210,765	1,709	8,547,355	2,950,679,178	3.9%	21.5%	16.9%		
TOTAL ENERO			4,887	62,662,478	17,101,230,581	5,867	79,529,730	20,716,110,686	20.1%	26.9%	21.1%
FEBRERO	NUEVO	8703	2,559	41,235,218	11,421,247,930	3,747	58,682,287	16,214,627,918	46.4%	42.3%	42.0%
		8704	658	15,532,029	2,730,346,811	640	13,231,512	3,046,891,066	-2.7%	-14.8%	11.6%
	TOTAL NUEVO	3,217	56,767,247	14,151,594,741	4,387	71,913,798	19,261,518,984	36.4%	26.7%	36.1%	
	USADO	8703	1,353	5,862,494	2,097,506,582	1,398	6,706,083	2,411,503,698	3.3%	14.4%	15.0%
		8704	99	687,633	229,043,410	166	1,222,627	355,091,352	67.7%	77.8%	55.0%
TOTAL USADO	1,452	6,550,127	2,326,549,992	1,564	7,928,710	2,766,595,050	7.7%	21.0%	18.9%		
TOTAL FEBRERO			4,669	63,317,374	16,478,144,734	5,951	79,842,508	22,028,114,034	27.5%	26.1%	33.7%
MARZO	NUEVO	8703	4,257	66,141,052	18,072,433,320	5,045	76,969,351	21,387,291,872	18.5%	16.4%	18.3%
		8704	642	12,735,325	3,003,931,668	1,048	21,050,933	5,316,046,746	63.2%	65.3%	77.0%
	TOTAL NUEVO	4,899	78,876,377	21,076,364,988	6,093	98,020,284	26,703,338,618	24.4%	24.3%	26.7%	
	USADO	8703	1,700	7,553,477	2,718,542,047	1,633	8,199,845	2,878,380,247	-3.9%	8.6%	5.9%
		8704	158	1,168,872	326,577,954	169	1,090,064	338,795,723	7.0%	-6.7%	3.7%
TOTAL USADO	1,858	8,722,349	3,045,120,002	1,802	9,289,910	3,217,175,970	-3.0%	6.5%	5.7%		
TOTAL MARZO			6,757	87,598,726	24,121,484,990	7,895	107,310,194	29,920,514,588	16.8%	22.5%	24.0%
TOTAL	NUEVO	8703	9,491	150,914,361	41,512,772,012	12,159	188,664,321	52,229,257,627	28.1%	25.0%	25.8%
		8704	1,867	40,359,761	8,293,207,533	2,479	52,252,137	11,501,031,483	32.8%	29.5%	38.7%
	TOTAL NUEVO	11,358	191,274,122	49,805,979,545	14,638	240,916,458	63,730,289,110	28.9%	26.0%	28.0%	
	USADO	8703	4,568	19,608,686	7,078,488,026	4,576	22,174,828	7,870,355,466	0.2%	13.1%	11.2%
		8704	387	2,695,770	816,392,733	499	3,591,146	1,064,094,732	28.9%	33.2%	30.3%
TOTAL USADO	4,955	22,304,455	7,894,880,759	5,075	25,765,974	8,934,450,198	2.4%	15.5%	13.2%		
TOTAL ENERO			16,313	213,578,578	57,700,860,305	19,713	266,682,432	72,664,739,308	20.8%	24.9%	25.9%

<sup>1/</sup> 8703: Vehículos automóviles.

8704: Vehículos para el transporte de mercancías.

Fuente: Sistema de Información TICA, años 2015 y 2016





## Anexo número 5

### Formulario Inscripción en el Instituto Nacional de Seguros

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

## Anexo número 6

### Formulario del permiso sanitario de funcionamiento

		<b>FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO</b>										
<b>A. INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO:</b> <i>(No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde libre de tachaduras)</i>												
1	MOTIVO DE PRESENTACIÓN	2	GRUPO DE RIESGO			3	CÓDIGO(S) CIU:	4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO			
	1 ERA VEZ		A	B	C				♦PRINCIPAL :			
	RENOVACION								♦ACCESORIA (S):			
5 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:												
6 PROVINCIA:			7 CANTON:			8		DISTRITO:				
9 DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (CALLE/AVENIDA Y OTRAS SEÑAS ESPECIFICAS):												
10 TELÉFONOS:			11 N° DE FAX:			12 APDO. POSTAL:		13 CORREO ELECTRÓNICO:				
14 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:								15 N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:				
16 TELÉFONOS:			17 N° DE FAX :			18 APDO. POSTAL:		19 CORREO ELECTRÓNICO:				
20 LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:												
21 RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:								22 CÉDULA JURÍDICA:				
23 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE								24 N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:				
25 TELÉFONO:			26 N° DE FAX :			27 APDO. POSTAL:		28 CORREO ELECTRÓNICO:				
29 LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE:												
30 N° TOTAL DE EMPLEADOS:			31 N° HOMBRES:		N° MUJERES:		32		No .TOTAL DE OCUPANTES:			
33 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):					34 HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:							
35 AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS :												
36 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : ( Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario):												
37 FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:						AUTENTICACION:						
<b>B. LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD ( Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).</b>												
38 FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:			39			NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:						
40 SELLO			41			N° DE SOLICITUD:						
<b>C. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD</b>												
1. DECLARACIÓN JURADA, SOLO EN CASO DE SOLICITUD POR PRIMERA VEZ ( )												
2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ( )												

3. COPIA DEL DOCUMENTO DE IDENTIDAD, SOLO EN CASO DE SOLICITUD POR PRIMERA VEZ O PARA RENOVACIÓN EN CASO DE HABER VENCIDO ( )  
 4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA JURÍDICA VIGENTE, SOLO EN CASO DE SOLICITUD POR PRIMERA VEZ ( )

**D. USO EXCLUSIVO PARA ACTIVIDADES DEL GRUPO C:**

Para las actividades del Grupo C, el presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS, constituirá el Certificado de Permiso de Funcionamiento.



**PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO:**

FECHA: \_\_\_\_\_

Tiene validez de \_\_\_\_\_ años.

Fecha vencimiento: \_\_\_\_\_

SELLO


NOMBRE Y FIRMA : \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 (Funcionario que recibe la solicitud)



**FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO**

**A. INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO:**  
 (No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde libre de tachaduras)

1	MOTIVO DE PRESENTACIÓN	2	GRUPO DE RIESGO			3	CÓDIGO(S) CIU:	4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO ♦PRINCIPAL :  ♦ACCESORIA (S):	
	1 ERA VEZ		A	B	C					
	RENOVACION									
5	NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:									
6	PROVINCIA:	7	CANTON:			8	DISTRITO:			
9	DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (CALLE/AVENIDA Y OTRAS SEÑAS ESPECIFICAS):									
10	TELÉFONOS:	11	N° DE FAX:			12	APDO. POSTAL:	13	CORREO ELECTRÓNICO:	
14	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:						15	N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:		
16	TELÉFONOS:	17	N° DE FAX :			18	APDO. POSTAL:	19	CORREO ELECTRÓNICO:	
20	LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:									
21	RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:						22	CÉDULA JURÍDICA:		
23	NOMBRE DEL RERESANTANTE LEGAL DEL INMUEBLE						24	N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:		
25	TELÉFONO:	26	N° DE FAX :			27	APDO. POSTAL:	28	CORREO ELECTRÓNICO:	
29	LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE:									
30	N° TOTAL DE EMPLEADOS:		31	N° HOMBRES:		N° MUJERES:		32	No .TOTAL DE OCUPANTES:	
33	HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):				34	HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:				
35	AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS :									
36	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : ( Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario):									

<b>37</b>	FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:	AUTENTICACION:
<b>B. LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD ( Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).</b>		
<b>38</b>	FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:	<b>39</b> NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:
<b>40</b>	SELLO	<b>41</b> N° DE SOLICITUD:
<b>C. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD</b>		
1. DECLARACIÓN JURADA, SOLO EN CASO DE SOLICITUD POR PRIMERA VEZ ( ) 2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ( ) 3. COPIA DEL DOCUMENTO DE IDENTIDAD, SOLO EN CASO DE SOLICITUD POR PRIMERA VEZ O PARA RENOVACIÓN EN CASO DE HABER VENCIDO ( ) 4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA JURÍDICA VIGENTE, SOLO EN CASO DE SOLICITUD POR PRIMERA VEZ ( )		
<b>D. USO EXCLUSIVO PARA ACTIVIDADES DEL GRUPO C:</b>		
<p>Para las actividades del Grupo C, el presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS, constituirá el Certificado de Permiso de Funcionamiento.</p>		<p style="text-align: center;"><b>PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO:</b></p> <p>FECHA: _____</p> <p>Tiene validez de _____ años.</p> <p>Fecha vencimiento: _____</p> <p>NOMBRE Y FIRMA : _____ / _____          (Funcionario que recibe la solicitud)</p> <p style="text-align: right;">SELLO</p>

## Anexo número 7

### Mobiliario y equipo

<p>MESA DE CONFERENCIA REDONDA CEREZO</p> <p><b>Precio exclusivo por internet</b> <b>₱84,990.00</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p>	<p>BASURERO 25 LTS</p> <p><b>Precio exclusivo por internet</b> <b>₱10,790.00</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p>	<p>LAPICERO PAPER MATE (NEGRO CAJA DE 12 UNIDADES)</p> <p><b>Precio exclusivo por internet</b> <b>₱3,990.00</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p>
<p>SUMADORA CASIO HR8TM-GY</p> <p><b>Precio exclusivo por internet</b> <b>₱14,990.00</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p>	<p>TELEFONO INTELBRAS ALAMBRICO TC 60 ID</p> <p><b>Precio exclusivo por internet</b> <b>₱14,490.00</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p>	<p>IMPRESORA HP LASER M102W</p> <p><b>Precio exclusivo por internet</b> <b>₱69,990.00</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p> <p>Modelo: G3Q35A#BCJ SKU: 28583</p>

