

# **UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN BANCA Y  
FINANZAS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE  
LICENCIATURA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, ADMINISTRATIVO Y  
FINANCIERO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA  
RM INDUSTRIAL SOLÍN S.A PARA LA VENTA DE ARTÍCULOS  
INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES EN LA ZONA FRANCA DE EL COYOL  
DE ALAJUELA, A PARTIR DEL AÑO 2017”**

**STEVEN JAVIER BARRIENTOS SOTO**

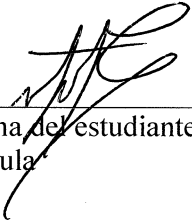
**TUTOR: LUIS VARGAS ZÚÑIGA**

**JULIO, 2017**

**HEREDIA, COSTA RICA**

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Steven Javier Barrientos Soto, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 2-0708-0412 egresado de la carrera de Administración 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 en Administración con énfasis en banca y finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA RM INDUSTRIAL SOLÍN S.A PARA LA VENTA DE ARTÍCULOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES EN LA ZONA FRANCA DE EL COYOL DE ALAJUELA, A PARTIR DEL AÑO 2017, 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 06 días del mes de Julio del año dos mil diecisiete.



---

Firma del estudiante  
Cédula

## CARTA DEL TUTOR

Heredia, 24 de mayo del 2017

**Señora**

**Licenciada Jessica Mayers Marín**

**Directora de Administración y Contaduría Pública.**

**Universidad Hispanoamericana**

Estimada señora:

La estudiante **Steven Javier Barrientos Soto**, cédula de identidad número **02-0708-0412**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Estudio de factibilidad de mercado, administrativo y financiero para la apertura de una sucursal de la empresa RM industrial Solin S.A. para la venta de artículos industriales y automotrices en la zona franca del Coyol de Alajuela a partir del año 2017”**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de **Licenciatura en Administración de Empresas, 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)	ORIGINAL 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%
	<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

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

Atentamente,

  
**Lic. Luis Vargas Zúñiga**

**Cédula identidad número 0107090057**

**Número carnet Colegio Profesional, CPCECR # 33896.**

# CARTA DE APROBACION Y REVISION DE LA LECTORA

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
SEDE HEREDIA

## CONSTANCIA LECTORA METODOLOGICA

Yo, Maritza Castellón Alvarado, en mi condición de lectora metodológica, dejo constancia que la tesis para optar por el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Negocios, presentada por la estudiante Steven Javier Barrientos Soto céd 2-0708-0412, titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA RM INDUSTRIAL SOLIN S.A PARA LA VENTA DE ARTÍCULOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES EN LA ZONA FRANCA DEL COYOL DE ALAJUELA A PARTIR DEL AÑO 2017”**, cumple los requisitos de forma y fondo solicitados por la Universidad Hispanoamericana.

En mi calidad de lectora metodológica, he verificado que se han hecho las correcciones indicada durante el proceso de la lectura anterior.

Se extiende la presente en la Ciudad de Heredia, el día 28 de Junio del 2017.

Atentamente,



**Maritza Castellón Alvarado**  
**Lectora Metodológica**  
**Cédula identidad N. 1-0862-0937**

5 de julio 2017

**Señores**  
**Universidad Hispanoamericana**  
**Sede Heredia**

Estimados señores:

Hago constar que el estudiante Steven Javier Barrientos Soto, cédula 2-0708-0412, me ha presentado para corrección filológica la Tesis titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA RM INDUSTRIAL SOLÍN S.A PARA LA VENTA DE ARTÍCULOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES EN LA ZONA FRANCA DE EL COYOL DE ALAJUELA, A PARTIR DEL AÑO 2017”**

A este respecto, me permito aclarar que he revisado y corregido los aspectos concernientes a la estructura gramatical, ortografía, vocabulario, puntuación, vicios de estilo, repeticiones innecesarias, párrafos oscuros, contradicciones etc., y he comprobado que las correcciones y sugerencias hechas por mi persona, han sido incorporadas al documento en mención.

Por lo tanto, hago constar que esta Tesis reúne las condiciones de un documento, para ser presentado a la Universidad Hispanoamericana.



**Jorge Fernández Chaves**  
**Filólogo - Carné Colypro 02545**

## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo está dedicado a Dios por haberme dado la paciencia y la sabiduría para finalizar este proyecto.

Agradezco a mi familia y a mis seres más cercanos por creer siempre en mí y por todo el apoyo incondicional que siempre me han brindado.

# Índice

CAPÍTULO I .....	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
1.1.1 Antecedentes del problema .....	4
1.1.2 Problematización del problema.....	5
1.1.3 Justificación del tema.....	7
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	9
1.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.3.1 Objetivo general.....	9
1.3.2 Objetivos específicos .....	10
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES .....	10
1.4.1 Alcances .....	10
1.4.2 Limitaciones .....	11
CAPÍTULO II .....	12
MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL .....	12
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO .....	13
2.1.1 Contexto histórico de la empresa.....	14
2.1.2 Misión .....	15
2.1.3 Visión.....	15
2.1.4 Valores.....	15

2.1.5 Políticas de la empresa.....	16
2.1.6 Zona Franca de El Coyol de Alajuela.....	16
2.2 CONTEXTO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	18
2.2.1 Demanda potencial de mercado .....	18
2.2.1.1 Etapas del análisis de mercado.....	19
2.2.1.2 El producto .....	20
2.2.1.3 Análisis de la oferta .....	20
2.2.1.4 Tipos de oferta.....	21
2.2.1.5 Análisis de la demanda.....	22
2.2.1.6 Mercado meta.....	22
2.2.1.7 Posicionamiento .....	23
2.2.1.8 Fijación de precios.....	24
2.2.1.12 Canal de distribución .....	24
2.2.1.13 La mezcla de promoción.....	25
2.2.2 Viabilidad económica y financiera del proyecto .....	26
2.2.2.1 Balance general.....	27
2.2.2.2 Estado de ganancias y pérdidas.....	27
2.2.2.3 El flujo de caja .....	28
2.2.2.4 Valor actual neto (VAN).....	29
2.2.2.5 Tasa interna de retorno (TIR). .....	29
2.2.2.6 Razones de apalancamiento .....	30
2.2.3 Localización óptima de un proyecto.....	31

2.2.3.1 Factores de localización .....	31
2.2.3.2 La demanda y las áreas de influencia .....	32
2.2.4 Requisitos legales.....	32
2.2.4.1 Algunos de los pasos necesarios para crear su empresa en Costa Rica .....	32
2.2.4.2 Requisitos y descripción del trámite Guía Básica para abrir un negocio, Cámara de Comercio de Costa Rica (pp.1 2, s.f.) .....	33
2.2.4.3 Tipos de organización según los cuales se puede registrar una empresa .....	33
2.2.4.5 Trámites ante el Ministerio de Hacienda.....	34
2.2.4.6 Código de Comercio .....	35
2.2.4.7 Instituto Nacional de Seguros (INS) .....	36
2.2.4.8 Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS).....	37
2.2.4.9 Patente comercial.....	38
2.2.4.10 Solicitar los permisos sanitarios de funcionamiento ante el Ministerio de Salud.....	39
2.2.4.11 Permisos municipales.....	39
2.2.5 Análisis administrativo .....	39
2.2.5.1 Procedimientos administrativos .....	40
2.2.6 Estructura organizacional y organigrama.....	41
2.2.6.1 Definiciones organigrama .....	41
2.2.6.2 División del trabajo.....	42

2.2.6.3 Tipos de organigrama.....	43
❖ Por su naturaleza.....	43
2.2.6.4 Por su finalidad.....	44
2.2.6.5 Por su ámbito .....	45
2.3 HIPÓTESIS.....	46
CAPÍTULO III .....	47
MARCO METODOLÓGICO .....	47
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	48
3.1.1 Finalidad .....	48
3.1.2 Alcance temporal .....	48
3.1.3 Marco de la investigación .....	48
3.1.4 Condición.....	49
3.1.5 Carácter de la investigación.....	49
3.1.6 Naturaleza .....	49
3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN .....	50
3.2.1 Sujetos.....	50
3.2.2 Fuentes de información .....	50
3.2.3 Muestreo.....	51
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN	51
4.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	54
4.1.1 Análisis e interpretación de los datos obtenidos .....	54
4.1.2 Estudio de mercado .....	54

4.1.3 Perfil y concepto del negocio .....	55
4.1.4 Perfil del visitante.....	56
4.1.5 Tamaño de la muestra .....	56
4.1.6 Trabajo de campo.....	60
4.1.7 Procesamiento de datos .....	60
4.1.8 Diseño de la encuesta .....	60
4.1.8.1 Aplicación de la encuesta y análisis .....	60
4.1.8.2 ¿Conoce acerca de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.? .....	61
4.1.8.3 ¿Es de interés para ustedes la compra de productos industriales o automotrices? .....	62
4.1.8.4 ¿Con qué frecuencia ustedes adquieren productos industriales o automotrices? .....	63
4.1.8.5 ¿Dónde están ubicadas estas empresas proveedoras (competencia)?.....	65
4.1.8.6 ¿Conoce usted otra empresa en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela que venda este tipo de productos?.....	66
4.1.8.7 ¿Le interesaría que estuviéramos dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela?.....	67
4.1.8.8 Antes de adquirir un producto, ¿cuál de estos factores es el más importante?.....	68
4.1.8.9 ¿Compraría usted este tipo de productos en esta nueva sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.? .....	70
4.1.8.10 Descripción general de la encuesta.....	71

4.1.8.11 Demanda actual del producto .....	71
4.1.8.12 Determinantes de la oferta .....	73
4.1.8.13 Estrategia comercial .....	73
4.1.8.14 Producto .....	74
4.1.8.15 Precio de los productos .....	75
4.1.8.16 Plaza.....	75
4.2 ESTUDIO TÉCNICO .....	75
4.2.1 Estudio básico .....	75
4.2.1.1 Localización.....	76
4.2.1.2 Diseño .....	76
4.2.1.3 Encuesta sobre la competencia.....	76
4.3 LEGISLACIÓN LABORAL.....	77
4.3.1 Planilla .....	77
4.3.2. Provisiones de ley.....	78
4.3.2.1 Vacaciones.....	78
4.3.2.2 Aguinaldo.....	78
4.3.2.3 Cesantía .....	78
4.3.3 Seguro de riesgos del trabajador provisión cesantía .....	80
4.3.4 Cargas sociales .....	81
4.3.5 Póliza de riesgo de trabajo .....	82
4.3.6. Cargas sociales .....	83
4.4 ESTUDIO FINANCIERO .....	84

4.4.1 Estudio de la banca nacional .....	86
4.5 INVERSIÓN INICIAL.....	87
4.5.1 Detalle de inversión inicial .....	88
4.5.2 Costos.....	90
4.5.2.1 Costos fijos .....	90
4.5.2.2 Costos variables .....	91
4.5.2.3 Costo total efectivo de producción.....	91
4.5.2.4 Cálculo de depreciación .....	92
4.6 FLUJOS DE EFECTIVO .....	93
4.6.1 Ingresos .....	95
4.6.1.1 Valor actual neto.....	96
4.6.1.2 Tasa interna de retorno (TIR) .....	99
5.1 CONCLUSIONES.....	102
5.2 RECOMENDACIONES .....	107
CAPÍTULO VI.....	113
PROPUESTA .....	113
BIBLIOGRAFÍA .....	121
ANEXO.....	122
Anexo # 1: Encuesta realizada. ....	122

## Índice tablas

TABLA 1. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA .....	57
TABLA 2. VARIABLES UTILIZADAS EN LA MUESTRA .....	58
TABLA 3. CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	58
TABLA 4. SUPUESTOS DEL CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	59
TABLA 5. EMPRESAS QUE CONOCEN A LA EMPRESA RM INDUSTRIAL SOLÍN S.A.....	61
TABLA 6. INTERÉS DE LAS EMPRESAS POR LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES .....	62
TABLA 7. FRECUENCIA CON LA QUE ESTAS EMPRESAS CONSUMEN PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES .....	63
TABLA 8. UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	65
TABLA 9. EMPRESAS EN LA ZONA FRANCA DE EL COYOL DE ALAJUELA QUE VENDA ESTE TIPO DE PRODUCTOS .....	66
TABLA 10. CONVENIENCIA DE CONTAR CON UN SUPLIDOR CERCA DE LA ZONA FRANCA DE EL COYOL.....	67
TABLA 11. LISTA DE EMPRESAS ENCUESTADAS QUE COMPRARÍAN EN LA SUCURSAL....	72
TABLA 12. DETALLE DE LOS SALARIOS ANUALES .....	79
TABLA 13. TOTAL DE PROVISIONES PARA EL PRIMER AÑO .....	80
TABLA 14. GASTO POR PÓLIZA DE RIESGO DEL TRABAJO (PRIMER AÑO).....	80
TABLA 15. CARGAS SOCIALES (PRIMER AÑO).....	81
TABLA 16. PROVISIONES POR SALARIO PARA LOS PRIMEROS 10 AÑOS.....	81
TABLA 17. CARGAS SOCIALES CAJA COSTARRICENSE DE SEGURO SOCIAL .....	83
TABLA 18. PROVISIONES LEGALES .....	84
TABLA 19. INFLACIÓN BCCR .....	85
TABLA 20. BANCA NACIONAL .....	86

TABLA 21. INVERSIÓN INICIAL.....	87
TABLA 22. EQUIPOS REQUERIDOS RUBRO MONTO COLONES .....	88
TABLA 23. CAPITAL DE TRABAJO .....	90
TABLA 24. COSTOS FIJOS PARA 10 AÑOS.....	90
TABLA 25. COSTOS VARIABLES PARA 10 AÑOS .....	91
TABLA 26. EFECTIVO DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO .....	91
TABLA 27. DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPO REQUERIDO .....	92
TABLA 28. PRÉSTAMO CON EL BANCO.....	93
TABLA 29. FLUJO DE EFECTIVO .....	94
TABLA 30. INGRESO ESTIMADO PARA 10 AÑOS .....	96
TABLA 31. VAN-FLUJOS DE EFECTIVO DEFLACTADO .....	97
TABLA 32. VAN-FLUJOS DE EFECTIVO SIN DEFLACTAR.....	98
TABLA 33. TASA INTERNA DE RETORNO SIN DEFLACTAR .....	99
TABLA 34. TASA INTERNA DE RETORNO DEFLACTADO.....	100
TABLA 35. PRESUPUESTO PARA PROMOCIÓN DE LA SUCURSAL.....	120

## Índice de gráficos

GRÁFICO 1. EMPRESAS QUE CONOCEN ACERCA DE RM INDUSTRIAL SOLÍN S.A. EN LA ZONA FRANCA DE EL COYOL DE ALAJUELA Y SUS ALREDEDORES. ....	61
GRÁFICO 2. INTERÉS DE LAS EMPRESAS POR LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS INDUSTRIALES O AUTOMOTRICES.....	62
GRÁFICO 3. FRECUENCIA CON LA QUE ESTAS EMPRESAS CONSUMEN PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES.....	64
GRÁFICO 4. UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA .....	65
GRÁFICO 5. EMPRESAS EN LA ZONA FRANCA DE EL COYOL DE ALAJUELA QUE VENDAN ESTOS PRODUCTOS .....	66
GRÁFICO 6. CONVENIENCIA DE CONTAR CON UN SUPLIDOR CERCA DE LA ZONA FRANCA DE EL COYOL.....	68
GRÁFICO 7. ASPECTOS IMPORTANTES A LA HORA DE ADQUIRIR PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AUTOMOTRICES.....	69
GRÁFICO 8. CANTIDAD DE EMPRESAS QUE LE COMPRARÍAN A LA NUEVA SUCURSAL ....	70

## Introducción

En esta investigación se presenta como problema el conocer mediante un estudio para determinar la factibilidad tanto de mercado financiero como administrativo, para la apertura de una sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLIN S.A en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.

Esta investigación presenta la estructura de la siguiente manera:

- Capítulo I: el planteamiento del problema, en este punto se desarrollan los siguientes puntos los cuales abarcan: los antecedentes del tema, la problematización de la investigación, además de la formulación de interrogantes acerca de ella, los objetivos del análisis, en este caso tanto general como específico, además de la justificación y las distintas limitaciones y delimitaciones.
- Capítulo II: marco teórico conceptual, este capítulo abarcará la reseña de la empresa y de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, por otro lado, se verá reflejado el contexto teórico conceptual, donde se abordarán importantes temas respaldados por diferentes bases teóricas.
- Capítulo III: marco metodológico, se abarcará los diferentes tipos de investigación, los cuales serán clasificados de la siguiente manera: finalidad, dimensión temporal, marco, condición en la que se hace, carácter del análisis y su naturaleza. Además, se tocarán puntos importantes como sujetos y fuentes de información, tipo de muestreo y las diferentes técnicas e instrumentos que se emplearán para recolectar los datos.

- Capítulo IV: Análisis de resultados en este capítulo se abordarán puntos esenciales para la resolución y comprobación de los diferentes objetivos que se desean abordar, donde se desarrollará a través de un presupuesto y gráficos las distintas interrogantes planteadas al principio del proyecto, ya que se podrá ver reflejado los diferentes resultados y a su vez implementados dentro del trabajo de campo realizado.
- Capítulo V: conclusiones y recomendaciones, en este apartado se mencionarán las conclusiones correspondientes obtenidas a lo largo de la investigación, para considerar la viabilidad del proyecto en los distintos ámbitos establecidos, e implementar las recomendaciones apropiadas hacia la sucursal, para que de este modo se logre cumplir en su totalidad los objetivos planteados de una manera factible y recomendable.
- Capítulo VI: Propuesta, Se incorporará a esta sección, las diversas resoluciones al problema planteado en la investigación.

**CAPÍTULO I**  
**EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1.1 Antecedentes del problema**

Antes de comenzar, debe entenderse que el concepto de administración se define como el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos. (Correa, 2010); bien sea humanos, financieros, materiales, tecnológicos, entre otros; con el fin de obtener el máximo beneficio que puede ser económico o social dentro de la organización, se deben prever todos los escenarios necesarios para asegurar que la apertura de una nueva sucursal garantizará beneficios no sólo para los socios, sino para toda la sociedad de su entorno.

En consecuencia, este trabajo requiere de la utilización de todos los métodos, técnicas, tanto financieros como económicos aplicables a este mercado tan competitivo y cambiante del mundo comercial; además cuando se decide realizar este tipo de crecimiento en las operaciones no basta con la intuición, pues es necesario el análisis e interpretación de diferentes resultados, factores y las distintas proyecciones en el tiempo, además de que las probabilidades del cierre o quiebra pueden ser inminentes.

Por estos motivos, la toma de decisiones para la creación de una nueva empresa o sucursal depende de varios factores, los cuales deben ser estudiados antes de decidir solo bajo preceptos subjetivos, lo que en su mayoría puede terminar en un error financiero –económico para los accionistas o dueños de la organización.

Es importante destacar que la empresa RM Industrial SOLIÍN S.A se encuentra ubicada en San José, Barrio México, 75 norte de la Iglesia Católica, además cuenta con dos sucursales más ubicadas tanto en Pérez Zeledón como

en Cartago. Fue creada en el año 2005, con el fin de incursionar en el mercado de oferta de venta de mangueras, acoples y fitineria; esta organización actualmente goza de una importante cartera de clientes desde distribuidores hasta detallistas.

De tal manera esta empresa, ha pensado en la posibilidad de expandir su comercialización de productos industriales y automotrices en la provincia de Alajuela, específicamente en la Zona Franca de El Coyoil; la cual muestra un crecimiento importante con relación con las compañías agroindustriales, industria, maquila y ventas de repuestos automotrices, además de ser conocida como una zona con altos índices comerciales.

### **1.1.2 Problematización del problema**

En los últimos años, la demanda de clientes ha aumentado significativamente en la adquisición de este tipo de productos, y los usuarios no están muy conformes con el servicio; además, sus sucursales no están dando abasto con toda la clientela, y los tiempos de espera han aumentado aún más, impidiendo de tal manera aumentar su comercialización deseada.

¿De qué manera la empresa podrá cubrir la demanda total de sus clientes más potenciales y nuevos compradores con la incursión de esta nueva sucursal?

Las empresas se esfuerzan en la atención y mejora de la oferta para sus clientes ante la existencia de una demanda que exige una mayor calidad, un mejor trato, y que manifiesta unos vínculos emocionales fuertes en los intercambios. Para el caso de esta compañía, está dedicada a la compraventa, importación, distribución de artículos industriales y automotrices. Cabe advertir que ha tenido un éxito en el mercado, reflejado en la demanda de sus consumidores en cuanto a las refacciones, así como de los productos

industriales que se ofertan. De igual manera en sus niveles de ganancia, ha surgido la necesidad de crear una sucursal que ayude a cubrir la demanda del mercado de refacciones la cual ha sido estratégica, además de que la empresa cuenta únicamente con sucursales un poco más alejadas de la Gran Área Metropolitana, lo cual reduce un poco la clientela debido a este inconveniente; por consiguiente, ha impedido en cierta manera que la empresa se extienda y se dé a conocer en más zonas del país. De tal planteamiento surge la siguiente interrogante.

¿Cuál sería la ubicación óptima según el mercado meta cercano?

Hoy en día, existe una gran demanda de productos industriales y automotrices en muchas zonas del país, pero muchas de ellas no poseen una amplia gama de productos, y quedan rezagadas en este campo. Esta es una de las razones por la cual nace la idea de abrir una nueva sucursal con una más amplia gama de productos que puedan generar a la empresa mayores utilidades con este tipo de artículos.

¿Cuál será el impacto, para el mercado actual en este tipo de artículos, de la colocación de una nueva sucursal para la expansión de la empresa?

Como puede observarse, la problemática de este proyecto se basa en realizar, una investigación metodológica abarcando los distintos estudios y proyecciones económicas y financieras necesarias para determinar si la apertura de una nueva sucursal es realmente factible. Para este caso es el punto de partida a fin de determinar mediante un estudio de mercado la aceptación de este tipo de productos y conocer si gozará de demanda en este mercado; y será de vital importancia diseñar un plan inicial de inversión, para elaborar y analizar las proyecciones financieras y económicas aplicables a este estudio de análisis.

¿Cuáles son las tendencias que produce el estudio financiero, administrativo y de mercado de la creación de esta sucursal?

Antes de iniciar una sucursal de este tipo de negocios, se ha de conocer la posibilidad para su instalación, ya que existen distintos riesgos legales, los cuales pueden ir en contra de los resultados deseados e impedir que se establezca esta nueva sucursal en la Zona Franca de El coyol de Alajuela.

¿Cuál es la normativa legal requerida para la creación de una sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A. en El Coyol de Alajuela?

### **1.1.3 Justificación del tema**

La justificación de esta investigación se enmarca dentro del gran comercio de artículos industriales como automotriz, el cual ha crecido en los últimos años en el país, lo que traerá un crecimiento económico y social tanto para los accionistas de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A como para la población de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, debido a que creará mayor demanda y variedad en este tipo de artículos requeridos por distintos consumidores hoy en día.

Los estudios de factibilidad son una herramienta necesaria para garantizar el éxito de un proyecto empresarial; ya que se podrá determinar entre otros la demanda existente en el mercado y las principales características que lo definen y, a su vez, permite analizar la oferta vigente, pues son factores de primer paso para conocer si es factible ingresar a un determinado mercado: asimismo este estudio permite establecer los principales aspectos tanto económicos como organizacionales y financieros a un determinado proyecto. En consecuencia, la investigación de factibilidad en sus diferentes ramas consiste en descubrir cuáles son sus objetivos empresariales, y luego determinar si el proyecto por realizar es

útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la compañía puede proporcionar, pero nunca deben definirse recursos de los que no dispone la empresa. Para RM Industrial SOLÍN S.A, se justifica el estudio debido a que las proyecciones y estudios que se realizarán colaborarán con la toma de decisión en una forma objetiva en la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de Alajuela, lo que significa una oportunidad de expandir a la empresa aún más, para que se convierta así en una entidad importante para la comercialización de este tipo de mercado. El interés de este tema de investigación surgió por las siguientes razones: Desde el punto de vista de la empresa, esta puede beneficiarse si sabe cuáles son los requerimientos o necesidades de sus clientes; lo que representaría una oportunidad de negocio. Para expandir los horizontes de la compañía en otra de las provincias más importantes del país, asimismo, se determina la factibilidad financiera, de mercado y administrativa del negocio que se desea emprender.

Los consumidores de esta provincia se beneficiarán con esta investigación debido a la opción de poder comprar esta gama de artículos a precios accesibles y con una alta calidad que ofrece la empresa. Además, de crear un lugar de mayor accesibilidad para muchos de sus clientes, al crear una competitividad en la industria automotriz e industrial. Teóricamente la justificación de esta investigación se basa en los diferentes aspectos que deben desarrollarse y llevarse a este caso real; porque al implementar esta información será de vital importancia para que la empresa tome la decisión final de incorporar esta nueva sucursal, y así cumplir con sus expectativas de seguir creciendo en el país, hasta cumplir sus objetivos planteados de manera positiva.

Para la Universidad Hispanoamericana también representará un beneficio, pues es un legado el que podrá colaborar con otros estudiantes interesados en el tema desarrollado, con el objetivo de dejar mediante esta información basada en los distintos estudios que se pretenden llevar a cabo para conocer la factibilidad de mercado, administrativa y financiera para la apertura de una sucursal de la empresa RM SOLÍN Industrial S.A para la venta de artículos industriales y automotrices en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela ; de la manera más completa y concisa, por consiguiente creará una buena base para futuras tesis en la rama de la administración.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Es por ello pertinente, plantearse el siguiente cuestionamiento:

¿De qué modo la creación de una nueva sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A. en un punto estratégico de mercado influirá para que la compañía logre disminuir los tiempos de espera entre sus clientes, y expandir su comercialización en artículos industriales y automotrices?

## **1.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la inversión económica para crear una nueva sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A., en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, con el fin de potenciar y comercializar los productos fabricados en esta provincia.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Establecer la demanda potencial de mercado y las distintas estrategias para la venta de artículos automotrices e industriales, en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.
2. Estimar la rentabilidad y viabilidad financiera de la incorporación de la nueva sucursal.
3. Determinar el lugar y las condiciones competitivas requeridas para implementar la sucursal.
4. Evaluar los requerimientos legales para poner en funcionamiento la sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.4.1 Alcances**

El desarrollo de este estudio de factibilidad implica el planteamiento por separado de un análisis de mercado y un estudio financiero y administrativo, para determinar la viabilidad de la creación de la nueva sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.

- El estudio financiero y administrativo permitirá determinar la inversión necesaria, los costos de mercadería vendida, tanto administrativos como financieros y, finalmente, la rentabilidad antes y después de impuestos y el retorno de la inversión. El propósito de este análisis es determinar el potencial económico de la idea de negocio que se está analizando, y establecer si efectivamente es una oportunidad de negocio desde el punto de vista financiero.
- El estudio de mercado permitirá evaluar la demanda potencial, para determinar la viabilidad del proyecto respecto a ingresos y participación de

mercado. Esta investigación identificará las características del cliente al que se pretende satisfacer (gustos, ingresos, preferencias, entre otros.), y proporcionará información real y expresada en términos más precisos que favorecen la toma de decisiones.

#### **1.4.2 Limitaciones**

Dentro de las limitaciones que se pueden presentar en la investigación, está el hecho de que no se sabe cuánto es el dato exacto sobre la cantidad total de ventas por parte de la empresa; debido a que el dueño tampoco cuenta con dicho dato exacto como tal, ya que las compañías dedicadas a este tipo de negocios manejan dicha información muy confidencial, por lo que es más difícil que den a conocer los datos que manejan.

Otra de las limitantes es la dificultad para analizar su competencia, debido a que en su mayoría son empresas privadas, por lo que se vuelve así más difícil de obtener algún dato de ellos, y entonces es necesario de otras diversas fuentes, lo cual requiere más tiempo.

Además, muchas de las compañías a las cuales se les pretendía realizar las encuestas, respondían negativamente cuando se les pedía tiempo para poder entrevistarlos y realizar los cuestionarios correspondientes, ya que no podrían brindar más información de la necesaria, lo cual limitaba las decisiones finales.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL**

## **Introducción al marco teórico conceptual**

Este capítulo consiste en exponer las distintas teorías, investigaciones y antecedentes, en general, que se consideren válidos para la correcta aplicación de este estudio de factibilidad, tanto de mercado, financiero y administrativo; es útil, porque describe, explica y predice el fenómeno o hecho al que se refiere un tema; además, organiza el conocimiento al respecto, basándose, especialmente, en los factores que se estudian en la teoría. También, orientará sobre cómo habrá de realizarse el estudio, ampliará el horizonte del estudio, nos llevará a la posible plantación de distintas hipótesis, inspirará a nuevas investigaciones y proveerá de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio.

El estudio de factibilidad procura recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y con base en ello se tratará de tomar la mejor decisión, de si procede la implementación o no, de esta sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.

Para el desarrollo de este estudio de factibilidad, se analizan diferentes variables predefinidas, que son las que ayudarán a definir los resultados. Tratará de definir la demanda potencial del mercado, así como la rentabilidad y la viabilidad financiera, se estudiará la parte de las condiciones competitivas del mercado, también se analizará la localización óptima competitiva para el proyecto y, finalmente, hará referencia a los requisitos legales necesarios para que la empresa funcione.

### **2.1 CONTEXTO HISTÓRICO**

Este capítulo consiste en exponer las distintas teorías, investigaciones y antecedentes, en general, que se consideren válidos para la correcta aplicación

de este estudio de factibilidad, tanto de mercado como financiero y administrativo; es útil, porque describe, explica y predice el fenómeno o hecho al que se refiere un tema; además, organiza el conocimiento al respecto, basándose, especialmente, en los factores que se estudian en la teoría. También, orientará sobre cómo habrá de realizarse el estudio, ampliará el horizonte del análisis, nos llevará a la posible plantación de distintas hipótesis, inspirará a nuevas investigaciones y proveerá de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio.

El estudio de factibilidad trata de recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y con base en ello se podrá tomar la mejor decisión, de si procede la implementación o no, de esta sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.

Para el desarrollo de este estudio de factibilidad, se analizan diferentes variables predefinidas que son las que ayudarán a precisar los resultados. Tratará de definir la demanda potencial del mercado, así como la rentabilidad y la viabilidad financiera, se estudiará la parte de las condiciones competitivas del mercado, también se analizará la localización óptima competitiva para el proyecto y, finalmente, hará referencia a los requisitos legales necesarios para que la empresa funcione.

### **2.1.1 Contexto histórico de la empresa**

En este caso la compañía RM Industrial SOLÍN S.A me brindó personalmente algunos de sus datos más sobresalientes.

RM Industrial SOLÍN S. A fue fundada en el 2005 en la ciudad de San José, Costa Rica. Esta empresa cuenta con más de 10 años en el mercado costarricense y su personal tiene más de 15 años de experiencia en la venta,

distribución y asesoramiento de artículos industriales. Son importadores directos de mangueras, fajas y fitineria. Se especializan en la distribución de fajas industriales de todo tipo, ya sea para entrega inmediata o contra pedido. Además, distribuyen mangueras hidráulicas e industriales para aire, agua, sistemas neumáticos, etc. y cuentan con un gran surtido de acoples, roles SKF, *fitting* de bronce, racor rápido en milímetros y pulgadas.

En el 2007 agrega a su cartera la distribución de bandas transportadoras, mangueras para aire y fajas industriales. En el 2010 incorpora la de roles, sistema de neumáticos, accesorios hidráulicos y finiera, al igual que otros tipos de productos importantes. Actualmente, además de su sede en San José, Barrio México, cuenta con sucursales en Cartago y Pérez Zeledón. (RM Industrial SOLÍN S.A)

### **2.1.2 Misión**

Su misión es atender las necesidades de sus clientes, proporcionando el asesoramiento y servicios de calidad necesarios para el tratamiento y manipulación de materiales a granel, automatización y control de procesos Industriales y brindar soluciones personalizadas en las distintas y variadas aplicaciones del mercado industrial y automotriz.

### **2.1.3 Visión**

Su reto es convertirse en un grupo industrial y automotriz, donde el compromiso total con el cliente, las alianzas y la agilidad en los distintos procesos los hagan ser un referente en dicho sector.

### **2.1.4 Valores**

✓ Excelencia.

- ✓ Imparcialidad.
- ✓ Objetividad.
- ✓ Integridad.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Respeto.
- ✓ Disciplina.

### **2.1.5 Políticas de la empresa**

- 1) Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas.
- 2) Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado a desempeñar de la mejor manera posible.
- 3) Mantener en la compañía un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- 4) Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa.
- 5) Realizar todo trabajo con excelencia.

### **2.1.6 Zona Franca de El Coyol de Alajuela**

También, se hará referencia a algunos datos relevantes que se logró investigar sobre la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, el cual es el lugar en el que se planea crear la sucursal.

La Zona Franca de El Coyol de Alajuela abrió en el año 2007. Un grupo de empresarios locales anunció hace poco que invertirá \$250 millones en la ampliación de sus instalaciones. El nuevo parque industrial será el más grande de Centroamérica y albergará a más de 80 empresas, principalmente extranjeras

y de sectores como tecnología, servicios y fabricación de implementos médicos, entre otros.

En este parque industrial se ubican compañías de origen local o extranjero. Sin embargo, generalmente son las foráneas las que se instalan ahí, debido a que trabajan bajo el régimen de Zonas Francas, es decir, que están exentas de pagar impuestos como el de renta. Por eso a esos parques también se les conoce como “Zonas Francas”. (La Nación, 2007)

La Zona Franca El Coyol, ubicada en la provincia de Alajuela, se convirtió en la primera zona franca del país, en acreditarse con el ISO 9001:2008, por Sistemas de Gestión de la Calidad de Administración de Proyectos. Este *ISO* o *International Organization for Standardization*, es la regla más reconocida en todo el mundo en gestión de calidad, para satisfacer al cliente, y usa como base los retos empresariales a los que se enfrentan actualmente las compañías. Además, garantiza la coordinación y el cumplimiento de requisitos en cada proyecto que asuma.

La decisión por parte de la compañía alajuelense se dio en octubre de 2014, con la creación del Sistema de Gestión de Calidad, el cual comenzó a trabajar hasta julio de 2015, y, en cuanto al proceso de certificación, tuvo inicio en noviembre del año pasado. También llevaron a cabo un proceso de auditorías internas y externas que contaron con la aprobación de la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC), entidad costarricense que se encarga de regular la norma ISO.

Asimismo, en el transcurso se realizaron sesiones de trabajo con el Departamento de Ingeniería, donde se intercambiaron aportes, y, a partir de ahí,

se hizo una recopilación y análisis de las ideas, para plasmarlas en el procedimiento, metodología, políticas y formularios. (Ramírez, 2016.)

## **2.2 CONTEXTO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **2.2.1 Demanda potencial de mercado**

“Se entiende por demanda, la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”, (Baca, 2010, p. 17).

Este estudio nos va a permitir conocer qué cantidad de personas u organizaciones son nuestros clientes, a la vez nos mostrará cuáles pueden ser nuestros compradores potenciales a futuro, además llegar a conocer cuáles son las preferencias de los usuarios.

A través del tiempo se ha podido observar cómo los consumidores logran un beneficio o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Muchos de estos bienes conceden más satisfacción que otros a una misma persona, de ahí es que se observa su demanda en el mercado.

Rosales (2010, p. 25) afirma que es transcendental conocer algunos aspectos importantes de la demanda:

- ✓ La demanda de un consumidor está en relación con la elevación al máximo de su satisfacción de acuerdo con un conjunto de determinantes.
- ✓ Un bien es demandado cuando este es útil y satisface las necesidades de los consumidores.
- ✓ Toda demanda debe estar respaldada por una capacidad de compra en la medida en que los bienes económicos tienen un precio.

Con respecto a este tema es importante realizar un pronóstico del mercado, donde se muestra el nivel de demanda que se espera en la plaza para el nivel estimado de trabajo de mercadotecnia en la industria y el ambiente dado. El pronóstico de mercado no muestra la demanda más alta sino en este caso la que se espera obtener.

“Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”, (Baca Urbina G., 2010, p.14).

Este estudio nos va a permitir conocer qué cantidad de personas u organizaciones son nuestros clientes, a la vez nos mostrará cuáles pueden ser nuestros compradores potenciales a futuro, además de llegar a conocer cuáles son las preferencias de los usuarios.

### **2.2.1.1 Etapas del análisis de mercado**

La investigación de mercado proporciona información para determinar las condiciones de la plaza, así como el apoyo en la toma de decisiones. “Este análisis nos permite buscar la existencia de un mercado para un determinado grupo de productos, bienes o servicios y para saber cuál puede ser la estrategia de introducción o relanzamiento al mercado”, (Ferrell, 2012, p. 5).

“Aunque existen diversas maneras de definir el proceso de estudio de mercado, la más simple es aquella que está en función del carácter cronológico de la información que se analiza. De acuerdo con esto, se definirán tres etapas: a) un análisis histórico del mercado, b) un análisis de la situación vigente y c) un análisis de la situación proyectada”, (Sapag, 2014, p. 69).

“El análisis de la situación proyectada es el que realmente tiene interés para el preparador y evaluador del proyecto. Sin embargo, cualquier pronóstico tiene

que partir de una situación dada, para lo cual se estudia la situación vigente, la cual, a su vez, es el resultado de una serie de hechos pasados”, (Sapag, 2014, p. 69)

### **2.2.1.2 El producto**

“Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 199).

### **2.2.1.3 Análisis de la oferta**

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”, (Baca Urbina, 2010, p. 36)

Es importante tomar en cuenta cuáles son los determinantes que influyen sobre la oferta:

❖ “Los objetivos de la empresa: una empresa se fija una serie de objetivos al momento de proyectar su funcionamiento; por ejemplo, cómo lograr el mayor volumen de ventas, captar una porción del mercado, maximizar beneficios”, (Rosales, 2012, p. 42).

❖ “Precios de factores de producción: los factores de producción son: trabajo, tierra y capital, los cambios en el precio de algunos de estos alterará los costos de la empresa y por tanto el comportamiento de la empresa”, (Rosales, 2012, p. 42).

❖ “El estado de la tecnología: el avance tecnológico influye en los costos de producción, motivando, por lo general, una disminución de este con lo que se provoca un aumento de su oferta”, (Rosales, 2012, p. 43)

❖ “Precio de otros bienes: mientras mayor sea el precio de un bien, mayor será la movilización de las empresas para producirlo, aumentando su producción y por tanto su oferta”, (Rosales, 2012, p. 43).

#### **2.2.1.4 Tipos de oferta**

Baca (2010, p. 48) afirma que la oferta se clasifica de acuerdo con la cantidad de oferentes:

Es importante recordar que existen tres tipos de ofertas principales: la competitiva, la oligopólica y la monopólica.

- La oferta competitiva está caracterizada porque todos los productores o prestadores del servicio se encuentran en una situación de libre competencia, debido a que es tal la cantidad de oferentes del mismo artículo o servicio que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que cada uno ofrezca al consumidor. Ninguno de los oferentes domina el mercado.
- Por su parte, la oferta oligopólica se caracteriza por contar con unos pocos competidores en el mercado y, dada esta situación, ellos determinan los precios y la oferta.
- Finalmente, la oferta monopólica se determina porque se encuentra dominada por un solo productor del bien o prestador del servicio, por lo que este impone la calidad, el precio y la cantidad ofrecida.

Tomando en cuenta la información en el párrafo anterior, y las condiciones en las cuales se desarrollará la sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, se llegó a la conclusión de que el tipo de competencia a que está expuesta es de tipo oligopólica, debido a que hay solo unos cuantos competidores que manejan este tipo de distribución de productos y artículos industriales en todo el país.

### **2.2.1.5 Análisis de la demanda**

A través del tiempo se ha podido observar cómo los consumidores logran un beneficio o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Muchos de estos bienes conceden más satisfacción que otros a una misma persona, y de ahí es que se observa su demanda en el mercado.

Sapag (2014, p. 44) afirma que, de acuerdo a la teoría de la demanda, la cantidad demanda de un producto o servicio depende de los siguientes aspectos:

- El precio que se le asigne.
- El ingreso con el que cuentan los consumidores.
- La determinación de los precios de los bienes sustitutos o complementarios.
- Los gustos y preferencias del consumidor.

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”, (Baca Urbina, 2010, p. 17).

### **2.2.1.6 Mercado meta**

“El mercado meta es un conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes y a los cuales la compañía decide servir”, (Kother & Armstrong, 2010, p. 178).

Kother & Armstrong (2010, p. 179) afirman que la segmentación de mercados permite conocer los segmentos donde una empresa pudiera tener oportunidades. Cuando evaluamos diferentes segmentos de mercado, la empresa o en este caso para la sucursal se deberán considerar tres factores importantes:

1. El tamaño y crecimiento de los segmentos.

2. Atractivo estructural de los segmentos.

3. Objetivos y recursos de la compañía.

Para la determinación del mercado meta es necesario conocer, obtener y analizar los datos acerca de ventas, rentabilidad esperada de los diferentes segmentos, tasas de crecimiento, así como también los factores estructurales, como lo son competidores fuertes y dinámicos, productos sustitutos, el poder de los compradores, entre otros. (Kotler & Armstrong, 2010, p. 179).

“Considerar nuestros propios objetivos y recursos para ingresar en aquellos segmentos que nos permitan tener valor superior y obtener ventajas sobre los competidores”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 179).

#### **2.2.1.7 Posicionamiento**

“El posicionamiento es la forma en que una empresa quiere que su producto o servicio sea percibido por los consumidores”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 265)

“La posición que tenga un producto estará determinada por la percepción, impresión y sentimientos que tengan los consumidores con respecto al producto en comparación con los productos de la competencia”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 265)

Estrategia de posicionamiento: Kotler & Armstrong (2010, p. 266) afirman que el trabajo de posicionamiento consta de tres pasos:

1. Se debe identificar un conjunto de posibles ventajas competitivas sobre las cuales establecer una posición, para crear buenas relaciones con los clientes se debe entender sus necesidades mejor que los competidores y proveer un valor más alto como, por ejemplo, precios más bajos o por mayores beneficios que justifiquen precios más altos.

2. Seleccionar las ventajas competitivas correctas, descubrir cuáles son las ventajas competitivas potenciales y elegir aquellas que en las que cimentará su estrategia de posicionamiento, como los son los factores de diferenciación respecto a otra compañía.
3. Elegir una estrategia global de posicionamiento, es decir, su propuesta de valor, la mezcla completa de beneficios con base en los cuales se posiciona.

#### **2.2.1.8 Fijación de precios**

“El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 263).

Kotler & Armstrong (2010, p. 263) afirman que algunos factores que se deben considerar al fijar precios son los siguientes:

1. Percepciones de valor del producto por parte del cliente, establecen el precio máximo, es decir, no existe demanda por arriba de este precio.
2. Factores internos como la estrategia de *marketing*, objetivos y mezcla y externos como naturaleza de mercado, demanda y precio de los competidores.
3. Los costos del producto, los cuales establecen los precios mínimos lo que significa que no existe ganancia por debajo de este precio.

#### **2.2.1.12 Canal de distribución**

“El canal de *marketing* es un conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 300).

La importancia en la toma de decisiones que la empresa tenga sobre qué canal tomar, afecta directamente a todas las demás determinaciones de *marketing*. Así, se puede ver cómo la fijación de precios depende de si la

compañía trabaja con cadenas de nacionales, utiliza tiendas especializadas, o vende directamente a los consumidores. Con respecto a la fuerza de venta y decisiones de comunicación, está pendiente de qué tanta persuasión, capacitación, motivación y apoyo necesiten los socios del canal. (Kotler & Armstrong, 2010)

Para el caso de nuestro objeto de estudio, se establece que el canal de distribución es directo, dado que no tiene intermediarios, ya que el servicio por vender es directamente con el consumidor.

### **2.2.1.13 La mezcla de promoción**

“La mezcla de promoción es una combinación específica de publicidad, ventas personales, promoción de ventas, relaciones públicas, y herramientas de *marketing* directo que una compañía utiliza para comunicar de manera persuasiva valor a los clientes y crear relaciones con ellos”, (Kotler & Armstrong, 2010, p. 363).

Kotler & Armstrong (2010, p. 364) afirman que, para crear buenas relaciones con los clientes, abarca más que sólo introducir un buen producto o servicio, fijar un precio atractivo, y hacerlo llegar al consumidor meta. También, es importante comunicar ese valor a los consumidores, ya que es un elemento valioso para toda empresa para crear buenas relaciones con sus clientes. De aquí se enumeran las herramientas principales de la promoción:

1. La publicidad: que es una forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios.
2. Ventas personales: la presentación personal que efectúa la fuerza de ventas de una empresa, con el fin de generar una venta y establecer relaciones con los clientes.

3. Relaciones públicas: para establecer buenas relaciones con diversos públicos de una empresa mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen y el manejo o bloque de rumores.

4. El *marketing* directo: por medio de este se realiza la comunicación directa con el cliente individual, esto con el deseo de obtener una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con ellos.

5. La promoción de ventas: son incentivos que realiza la empresa por un periodo dado, por lo general a corto plazo, para impulsar la compra o venta de un producto o servicio.

6. Contar con un buen plan de promoción, va más allá de la comunicación, ya que se deben incluir otros factores como son: el producto, precio y plaza, toda la mezcla del *marketing*; se debe coordinar si se quiere tener un impacto de comunicación más amplio.

### **2.2.2 Viabilidad económica y financiera del proyecto**

Un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información, con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio ya existente. En términos generales, los estudios de viabilidad procuran contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de ella. (Vega, 2012, p.1)

El estudio de la viabilidad financiera de un proyecto determina, en último término, su aprobación o rechazo. Este mide la rentabilidad que retorna la inversión, todo medido con bases monetarias. En la evaluación de un proyecto,

concebida esta como una herramienta que provee información, pueden y deben incluirse consideraciones de carácter ambiental, no sólo por la conciencia creciente que la comunidad ha adquirido en torno a la calidad de vida presente y futura, sino por los efectos económicos que dichos reparos introducen en un proyecto.

Los propósitos básicos de un estudio de viabilidad son: demostrar la viabilidad del negocio a inversionistas, dueños e instituciones financieras y estimar el posible rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial. (Vega, 2012, p.1).

#### **2.2.2.1 Balance general**

De acuerdo con Redondo (2011), es el documento contable el que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, y presenta en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

En el balance solo aparecen las cuentas reales y sus valores deben corresponder exactamente a los saldos ajustados del libro mayor y libros auxiliares.

#### **2.2.2.2 Estado de ganancias y pérdidas**

De acuerdo con Weis (2010), es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente cómo se obtuvo la utilidad del ejercicio contable. El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea la de ingresos, gastos y costos.

Los valores deben corresponder exactamente a los que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que figuran en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

### **2.2.2.3 El flujo de caja**

Es el estado que brinda la información acerca de las entradas y salidas de dinero en el proyecto, el cual dará una visibilidad acerca del panorama con el que se cuenta.

De acuerdo con Sapag & Sapag (2014, p.291), “el flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en el que ocurren estos ingresos y egresos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto”.

La estructura que se debe seguir para la confección de un flujo de caja de acuerdo con Sapag & Sapag (2014, p.296) es la siguiente:

- Ingresos afectos a impuestos: este rubro va a estar estipulado por todos aquellos ingresos estimados de venta de los productos.
- Egresos afectos a impuestos: todos los costos necesarios para la fabricación del producto y para su venta.
- Gastos no desembolsables: va a estar compuesto por la amortización y la depreciación.
- Cálculo de impuestos: se determina el importe correspondiente a gravámenes multiplicando el resultado de restarles los ingresos a los egresos, y multiplicarlo por la tasa establecida por el Gobierno.
- Ajuste por gastos no desembolsables: como parte de determinar el flujo real de efectivo correspondiente, se debe sumar nuevamente los gastos no desembolsables que se habían eliminado anteriormente.

#### 2.2.2.4 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto (VAN), consiste en descontar los flujos de efectivo de un proyecto a una tasa predeterminada, que normalmente es la tasa del costo de capital. Cuando se inicia un proyecto, el criterio de decisión para aceptarlo lo definirá el resultado del valor actual neto, ya que si es positivo se acoge el proyecto.

“El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”, (Baca, 2010, p. 221)

La fórmula para calcular el VAN está determinada de la siguiente manera:

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

#### 2.2.2.5 Tasa interna de retorno (TIR).

La tasa interna de retorno (TIR) busca aquella tasa a la que al descontar los flujos de efectivo los iguale con la inversión inicial, es decir, que iguale el valor presente a cero. “Si el TIR es mayor que el costo de capital, aceptar el proyecto, Si el TIR es menor que el costo de capital, rechazar el proyecto”, (Baca, 2010, p. 224).

La fórmula para el cálculo es la siguiente:

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

### 2.2.2.6 Razones de apalancamiento

“El apalancamiento financiero es un aumento del riesgo y rendimiento introducidos a través del uso de financiamiento de costo fijo, como deuda y acciones preferentes”, (Gitman, 2010, p. 234).

✓ Razón de deuda: mide la proporción de activos totales financiados por los fiadores de la empresa.

$$\text{Razón de deuda} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

Por consiguiente, cuanto más alta es la razón de deuda, más alto es el grado de endeudamiento de la compañía.

✓ Razón de la capacidad de pago de intereses: expresa la capacidad de la empresa para hacer pagos contractuales de intereses. Cuanto mayor es su valor, más capacidad tiene la compañía para cumplir con sus obligaciones.

$$\text{Razón de la capacidad de pago de intereses} = \frac{\text{Utilidades antes de intereses e impuestos}}{\text{Intereses}}$$

### 2.2.2.7 Tasa de descuento

“La tasa de costo de capital es la tasa de rendimiento que una empresa debe ganar en los proyectos en los que invierte para mantener su valor de mercado y atraer fondos”, (Gitman, 2010, p.236).

### **2.2.3 Localización óptima de un proyecto**

“Es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”, (Baca, 2010, p. 90)

La localización adecuada de esta sucursal puede determinar el éxito o fracaso para la empresa. Según (Sapag, 2014), la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos e institucionales. Con esto se procura determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto. (p. 202)

Además, es muy importante establecer una localización idónea del negocio, dado que una mala ubicación podría causar un aumento considerado en los costos del negocio, tanto por el transporte de las materias primas hasta la empresa, así como los costos de transportar el producto hasta donde el consumidor final tenga acceso a este.

Algunos de los factores importantes por considerar son: la ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas, mano de obra y materias primas, costos de transporte de insumos y de productos, por ejemplo, los costos de transferencia a la cuenta de fletes: comprende la suma de costos de transporte de insumos y productos.

#### **2.2.3.1 Factores de localización**

Es necesario tomar en cuenta diferentes factores relevantes para la localización de la empresa. Esto nos lleva a una comparación cuantitativa de diferentes sitios.

“La tendencia de localizar el proyecto cercano a la fuente de materias primas depende del costo del transporte y en cuanto a la cercanía del mercado laboral

se convierte en factores determinantes en la elección de la ubicación”, (Sapag, 2014, pg. 204)

### **2.2.3.2 La demanda y las áreas de influencia**

“En el estudio técnico económico la localización del proyecto forma parte fundamental, ya que esta condiciona la demanda de un producto o servicio, en especial cuando se trata de un proyecto en el cual el consumidor es quien debe interactuar físicamente con la localización del proyecto”, (Sapag, 2014, p. 215)

### **2.2.4 Requisitos legales**

Los requisitos legales permiten identificar obligaciones y principios reglamentarios de la empresa dentro del sistema de gestión, y ayudar a evaluar el desempeño de la organización. (Rodríguez, El Financiero, edición 841).

En este punto es importante destacar los diferentes pasos necesarios para crear una empresa o sucursal en nuestra nación de acuerdo con lo que establece la Cámara de Comercio de Costa Rica. Para realizar el estudio es de suma importancia el conocimiento de la legislación que rige en el país de origen para contemplar los distintos requisitos establecidos, obligaciones y principios legales, que son de suma importancia para tomar distintas decisiones.

#### **2.2.4.1 Algunos de los pasos necesarios para crear su empresa en Costa Rica**

De acuerdo con lo que establece la Cámara de Comercio de Costa Rica, mediante la Guía Básica, se detallan los siguientes requisitos:

✓ Inscripción de la empresa como persona jurídica (domiciliada en Costa Rica), por lo que para que una compañía, en este caso una sucursal, pueda desempeñarse debidamente, tiene que estar inscrita ante el Registro Nacional de Costa Rica, y esto le exige empezar un proceso legal esencial.

✓ Las empresas deben contar con una razón social, que puede ser cualquiera de las que se presentan en el Código de Comercio de Costa Rica con respecto a las sociedades mercantiles.

#### **2.2.4.2 Requisitos y descripción del trámite Guía Básica para abrir un negocio, Cámara de Comercio de Costa Rica (pp.1 2, s.f.)**

“Constituir ante notario una escritura pública conforme con los requisitos del Artículo 18 del Código de Comercio. Dicha escritura debe solicitar la expedición de la cédula jurídica. Para constituir la sociedad deben comparecer como mínimo dos personas”.

✓ Es responsabilidad del notario que elabora la escritura, previo a su elaboración o al menos antes de su presentación al Registro:

✓ Verificar que no esté ya inscrito el nombre propuesto para la sociedad.

✓ Hacer un estudio de registro para los casos en que se aporten bienes muebles o inmuebles registrables como parte del capital social.

✓ Pagar en el Banco de Costa Rica o en las agencias o sucursales en todo el país, los timbres o derechos de registro, según el Artículo 2 de la Ley de Aranceles del Registro Público Completos los requisitos a, b, c, y d debe presentarse al Registro Mercantil, la escritura pública, el comprobante del pago de timbres y la razón notarial que indique que el edicto fue enviado a publicar, señalando el número de la boleta que la Imprenta Nacional emitió como constancia.

#### **2.2.4.3 Tipos de organización según los cuales se puede registrar una empresa**

La comercialización de productos y servicios se puede hacer a título personal o en grupo y, según se decida, los pasos por seguir varían como se demuestra a

continuación. Si se quiere registrar la empresa a título personal, lo correcto es utilizar la figura de empresa individual de responsabilidad limitada. Si se desea registrar como sociedad mercantil, se presentan cuatro opciones:

- Sociedad anónima.
- Sociedad en nombre colectivo.
- Sociedad en comandita.
- Sociedad de responsabilidad limitada.

Las opciones anteriores están establecidas en el Código de Comercio de Costa Rica, los trámites relativos a los diferentes tipos de sociedades se deben hacer en el Registro Nacional.

#### **2.2.4.5 Trámites ante el Ministerio de Hacienda**

Toda empresa que sea registrada como personas físicas o como personas jurídicas deberá inscribirse como contribuyentes de los diferentes impuestos que gravan sus actividades: impuesto de ventas, sobre la renta y selectivo de consumo.

Las sociedades mercantiles deben efectuar el trámite ante el Ministerio de Hacienda en la Dirección General de Tributación Directa. El requisito es que la empresa cuente con un acta constitutiva, una cédula jurídica y que realice los trámites del apoderado generalísimo debidamente identificado por medio de la personería jurídica. Si no los realiza él, puede hacerlo un representante, con un permiso escrito por el apoderado, previamente autorizado por un notario.

Para que la empresa cumpla los requisitos establecidos por el Ministerio de Hacienda, debe legalizar algunos libros empresariales (diario, mayor, inventario y balances, actas de la asamblea general de accionistas, actas de la junta directiva y registro de accionista) en la Administración Tributaria.

#### 2.2.4.6 Código de Comercio

Según el Artículo 18 del Código de Comercio, la escritura constitutiva de toda sociedad mercantil deberá contener:

- Lugar y fecha en que se celebra el contrato. (inciso 1).
- Nombre y apellidos, nacionalidad, profesión, estado civil y domicilio de las personas físicas que la constituyan. (inciso 2).
- Nombre o razón social de las personas jurídicas que intervengan en la fundación. (inciso 3).
- Clase de sociedad que se constituye. (inciso 4).
- Objeto que persigue. (inciso 5).
- Razón social o denominación. (inciso 6).
- Duración y posibles prórrogas. (inciso 7).
- Monto del capital social y forma y plazo en que deba pagarse. (inciso 8).
- Expresión del aporte de cada socio en dinero, en bienes o en otros valores. (inciso 9).
- Cuando se contribuyan valores que no sean fondos, se comprometerán y consignarán la evaluación adecuada. Si por culpa o dolo se fija un avalúo superior al verdadero, los socios responderán solidariamente a favor de terceros por el exceso de valor asignado y por los daños y perjuicios que resulten. (inciso 10) Igual responsabilidad se otorga a los socios por cuya culpa o dolo no se hagan reales las aportaciones consignadas como hechas en efectivo. (Código de Comercio, artículo 18).
- Domicilio de la sociedad; deberá ser una dirección actual y cierta dentro del territorio costarricense, en la que podrán entregarse válidamente notificaciones. (inciso 11).

- Forma de administración y facultades de los administradores. (inciso 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. (inciso 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 a nombre de la sociedad, cuando ninguno de sus representantes tenga su domicilio en el país. (inciso 14).
- Modo de elaborar los balances y de distribuir las utilidades o pérdidas entre los socios. (inciso 15).
- Estipulaciones sobre la reserva legal, cuando proceda. (inciso 16).
- Casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente. (inciso 17).
- Bases para practicar la liquidación de la sociedad. (inciso 18).
- Modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente y facultades que se les confieren. (inciso 19)
- Cualquier otra convención en que hubieren consentido los fundadores. (inciso 20).

#### **2.2.4.7 Instituto Nacional de Seguros (INS)**

“Conforme al Código de Trabajo, el patrono debe asegurar a sus empleados por riesgos del trabajo. Para ello debe suscribir una póliza en el Instituto Nacional de Seguros (INS), la cual. Debe estar suscrita al inicio de operaciones y estar vigente durante la operación”. Instituto Nacional de Seguros (INS, pg.1, s.f).

Para suscribir la póliza de riesgos del trabajo, el interesado debe dirigirse a las oficinas centrales o sucursales del INS, a una agencia comercializadora de seguros o bien a un agente de seguros autorizado. En el momento de suscribir la póliza, la empresa queda automáticamente registrada como patrono del INS". Instituto Nacional de Seguros (INS, pg.2, s.f).

"Una vez suscrita la póliza, el patrono debe remitir al INS, mensualmente, un estado de planillas, indicando; nombre, apellidos de los trabajadores, días y horas laboradas y los salarios pagados. Instituto Nacional de Seguros (INS, pg.3, s.f).

"El incumplimiento de esa obligación puede generarle al patrono serias sanciones. Por ejemplo: cubrir todas las prestaciones médicas y económicas en que el INS incurriría si alguno de los trabajadores no reportados sufriera un accidente; la suspensión temporal o el cierre del establecimiento". Instituto Nacional de Seguros (INS, pg.4, s.f).

#### **2.2.4.8 Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS)**

Una vez que el empresario haya regularizado su empresa con Hacienda y ante el Registro Nacional, hay que considerar lo concerniente a la CCSS sobre la seguridad social de los trabajadores.

Para realizar este trámite, el patrono deberá presentarse con la cédula jurídica, el registro ante el Ministerio de Hacienda, la personería jurídica y los datos básicos de la compañía ante una oficina de la CCSS, donde manifiesta que quiere inscribirse como patrono y que desea asegurar a sus trabajadores.

Debe indicar los nombres de todos los trabajadores, sus datos, dirección, y monto del salario, para que se calcule el monto que debe desembolsar para cubrir las cargas sociales. En principio, el patrono colabora con un 26,33% del

salario del trabajador, mientras que al empleado se le retendrá un 9,34% de su sueldo.

Tanto el patrono como los empleados tienen que aportar, pero así se asegurarán de tener un patrimonio económico para el futuro, y servicios de salud ante cualquier eventualidad. Además, la falta de inscripción ante la CCSS podría desembocar en el cierre de la empresa, si alguno de sus inspectores notifica una anomalía.

En las aportaciones a la CCSS debe incluirse también el Fondo de Capitalización Laboral de los empleados, el cual se crea con el aporte del patrono, un 3% del salario mensual del trabajador mientras se mantenga la relación laboral sin límite de años.

Por último, el empleador, como patrono, debe velar por el auxilio de la cesantía de sus empleados. Esta es una indemnización que se paga a los servidores cuando estos son despedidos con responsabilidad patronal o cesan sus labores por causas involuntarias.

#### **2.2.4.9 Patente comercial**

Según donde se realice la actividad comercial, es en la Municipalidad donde debe registrarse. Sin embargo, existe una recomendación precedentemente de adquirir o alquilar, por lo que es recomendable cerciőrese de que el negocio o actividad comercial es admitida en el nuevo local.

“Cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la Municipalidad del cantón en la cual es desarrollada. E implica el pago de un impuesto durante el tipo de operación”, (Código Municipal, Ley N 7794, artículo 79).

La administración de los intereses y servicios locales en cada cantón estará a cargo del gobierno municipal, formado de un cuerpo deliberante e integrado por regidores municipales de elección popular, y de un funcionario ejecutivo que designará la ley. (Artículo 169 de la Constitución Política).

#### **2.2.4.10 Solicitar los permisos sanitarios de funcionamiento ante el Ministerio de Salud**

“Las actividades o establecimientos agropecuarios, industriales, de comercio o de servicio y aquellas actividades que por disposición requieren de permisos sanitarios para operar en el territorio nacional sujetas a tal trámite, así como los requerimientos y plazos de vigencia, están definidos en el Decreto No. 33240 y sus reformas y el Reglamento de Registro Sanitario de Establecimientos Regulados por el Ministerio de Salud No. 32161 y sus reformas. Para efectos de la obtención de un permiso sanitario de funcionamiento, los establecimientos o actividades se clasifican en tres categorías, según su nivel de riesgo ambiental y sanitario: A (riesgo alto); B (riesgo moderado) y C (riesgo bajo)”, (Guía básica para abrir un negocio, Cámara de Comercio de Costa Rica, p.17., s.f.).

#### **2.2.4.11 Permisos municipales**

La mayoría de estos trámites se realizan en la Municipalidad; sin embargo, cada municipio tiene sus propios requisitos, por lo que se mencionarán de manera general.

#### **2.2.5 Análisis administrativo**

El análisis administrativo es considerado como una herramienta útil para la administración en general, y puede ser utilizado para identificar problemas y, al mismo tiempo, procurar soluciones eficientes que llevan al éxito; también, para

evaluaciones generales de la organización, tanto en el plano estructural como en el funcional, organizativo, entre otros.

Una evaluación de este tipo es útil para los colaboradores de una organización. Para un administrador es indispensable saber si los objetivos de la entidad se están cumpliendo de la mejor manera posible, y la mejor forma de averiguarlo es realizar un estudio de los planes de acción que se establecieron para lograrlos.

La importancia del análisis administrativo radica en que ayuda a incrementar la eficiencia administrativa, mediante la elaboración de estudios técnico-administrativos, que procuran el mejoramiento de los procedimientos, métodos y sistemas de trabajo.

Un punto por tomar en cuenta del análisis administrativo es que se realice de forma periódica e integral para mantener un control constante sobre la empresa, y estar al tanto de los cambios y movimientos que ocurren en ella. Este tipo de análisis no solo ofrece datos sobre el estado interno de la organización, sino que, también, brinda información sobre el ambiente externo en el que se desarrolla la compañía, entre los que se podría mencionar el tipo de mercado y competencia, lo que permite mantener condiciones aptas para ser competentes y escogidos por los clientes, no solo por precios sino por la calidad de servicios y productos.

#### **2.2.5.1 Procedimientos administrativos**

Un procedimiento es la manera de ejecutar acciones que suelen realizarse de la misma forma, con una serie de pasos previamente definidos, que permiten efectuar diferentes funciones o tareas. Un procedimiento puede ser utilizado para realizar un análisis administrativo, incluyendo elementos como el recurso

humano, el tiempo de duración, desde que inicia hasta que termina el proceso, la función de cada persona interesada y materiales, ya sean de oficina o recursos tecnológicos con los que se cuenta.

Tener un buen control sobre los procedimientos facilita la manera en que una empresa puede desarrollar su potencial, ya que sirve para auditorías y hasta para saber en qué parte se está fallando en determinado momento. La mayoría de supervisores o jefes saben que tener un manejo favorable sobre los procedimientos que se llevan a cabo en su departamento, los puede ayudar a atender necesidades e imprevistos como lo son la renuncia del personal e incapacidades.

## **2.2.6 Estructura organizacional y organigrama**

### **2.2.6.1 Definiciones organigrama**

Es "la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen", (Franklin, 2011, p .78).

Se conoce como la "representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría", (Fleitman, 2010, p. 246).

La estructura organizacional de una empresa es la distribución de cargos y responsabilidades que deben cumplir sus partes; es un sistema de roles que han de desarrollar los servidores de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico y plan de la compañía.

### 2.2.6.2 División del trabajo

Permite observar a la organización dividida en “sectores”.

El núcleo operativo abarca a aquellos miembros que realizan el trabajo básico relacionado directamente con la producción de bienes y servicios.

Sus funciones básicas son:

- Asegurar los insumos para la producción.
- Transformar los insumos en productos terminados.
- Distribuir los productos.
- Todas aquellas funciones de apoyo y asistencia directa a las funciones de entrada, transformación y producción.

#### ❖ Cumbre estratégica

Está compuesta por aquellos miembros que asumen la responsabilidad general del manejo de la organización y todos aquellos que suministran apoyo directo. La cumbre estratégica tiene una perspectiva amplia y abstracta de la organización. El trabajo a este nivel se caracteriza por un mínimo de repetición y estandarización, considerable discreción y ciclos relativamente largo de tomas de decisiones. El ajuste mutuo es el mecanismo coordinador preferido entre los gerentes de la misma cumbre estratégica.

Sus funciones son:

- Formular y asegurar el cumplimiento de la manera más eficaz de la misión de la organización.
- Satisfacer las necesidades de quien controla o ejerce influencia sobre la entidad.
- Implementar el mecanismo coordinador de la supervisión directa cuando designa a los responsables de las distintas unidades.

- Diseñar la estrategia global.
- Administrar las relaciones con el contexto.

❖ Línea media

Es el nexo entre la cumbre estratégica y el núcleo operativo.

Las tareas administrativas cambian de orientación a medida que descienden en la cadena de autoridad, se vuelven más detalladas y elaboradas, menos abstractas y totales, más centradas en la corriente del trabajo mismo.

Tecno estructura

Incluye a los analistas que se ocupan de la estandarización:

- Los que estandarizan destrezas son analistas de personal
- Los que estandarizan procesos son analistas de estudios de trabajo.
- Los que estandarizan los resultados son los analistas de planeamiento y control.

❖ *Staff* de apoyo

Son las unidades especializadas que brindan servicios adicionales.

### 2.2.6.3 Tipos de organigrama

Basándose en las clasificaciones planteadas por Enrique B. Franklin en su libro *Organización de empresas*, se explica la siguiente categorización de organigramas: 1) Por su naturaleza, 2) por su finalidad, 3) por su ámbito, 4) por su contenido y 5) por su presentación o disposición gráfica. (Franklin, 2011, págs. 79 al 86).

❖ Por su naturaleza

“Este grupo se divide en tres tipos de organigramas”, (Franklin, 2011, p.79):

❖ Microadministrativo

“Corresponden a una sola organización, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman”, (Franklin, 2011, p.79).

❖ **Macroadministrativos**

“Involucran a más de una organización”. (Franklin, 2011, p.79).

❖ **Mesoadministrativos**

“Consideran una o más organizaciones de un mismo sector de actividad o ramo específico. Cabe señalar que el término mesoadministrativo corresponde a una convención utilizada normalmente en el sector público, aunque también puede utilizarse en el sector privado”, (Franklin, 2011, p.7.)

#### **2.2.6.4 Por su finalidad**

“Este grupo se divide en cuatro tipos de organigramas”, (Rafael de Zuani Elio, 2010, p., 309).

❖ **Informativo**

“Se denomina de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas. Por ello, solo deben expresar las partes o unidades del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras, y ser graficados a escala general cuando se trate de organizaciones de ciertas dimensiones”, (Rafael de Zuani Elio, 2010, p., 309).

❖ **Analítica**

“Este tipo de organigrama tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que presentada en un organigrama que permite la ventaja de su visión macro o global, y tales son los casos de análisis de un presupuesto, de la

distribución de la planta de personal, de determinadas partidas de gastos, de remuneraciones, de relaciones informales, etc. Sus destinatarios son personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones”, (Rafael de Zuani Elio, 2010, p., 309).

❖ Formal

“Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación. Así, por ejemplo, el organigrama de una sociedad anónima se considerará formal cuando haya sido aprobado por el directorio de la S.A”, (Rafael de Zuani Elio, 2010, pp., 309).

❖ Informal

Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado, no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación”, (Rafael de Zuani Elio, 2010, pp., 309).

#### **2.2.6.5 Por su ámbito**

“Este grupo se divide en dos tipos de organigramas”, (Franklin, 2011, p.79).

❖ Generales

“Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina”, (Franklin, 2011, p.80)

❖ Específicos

Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización”, (Franklin, 2011, p.80).

## 2.3 HIPÓTESIS

La creación de una sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, es factible porque:

- Crea una enmarcada necesidad para las empresas en la adquisición de artículos industriales.
- Ha crecido la demanda de estos productos en las distintas zonas del país.
- Existe un mercado potencial para expandir su comercialización.

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Según (Arias, 2012),” La metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es “cómo” se realizará el estudio para responder al problema planteado”, (p.15).

#### **3.1.1 Finalidad**

Esta investigación es mixta, tanto teórica y aplicada, dado que es un trabajo que nos permite explicar diferentes teorías que ayudarán a generar nuevos conocimientos en el área de las finanzas; además, es de carácter aplicado, con el fin de que se apliquen distintas fórmulas para obtener datos más exactos que ayuden a la empresa a tomar decisión acertada sobre la creación de una nueva sucursal en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela.

#### **3.1.2 Alcance temporal**

El alcance temporal de esta investigación es transversal; por lo tanto, está centralizada en analizar cuál es el nivel de una o diversas variables en un momento dado. También es adecuado para analizar la relación entre un conjunto de variables en un punto del tiempo. Además, puede abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores.

#### **3.1.3 Marco de la investigación**

El marco de esta investigación es geográfico, puesto que se realizará a escala micro, con la población de 81 empresas ubicadas dentro de la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela. Seguidamente, si el estudio hubiese sido mega se llevaría a cabo en la Gran Área Metropolitana, debido a que, se abarcaría una

población mucho más extensa. Por otra parte, si la investigación hubiese sido macro, se llevaría a cabo en la provincia de Alajuela.

#### **3.1.4 Condición**

Es una investigación de campo, a fin de recolectar de manera personal todos los datos e información necesaria para poder llevarla a cabo de manera exitosa, con el fin de describir de qué modo o por cuáles causas se produce una situación o acontecimiento particular.

#### **3.1.5 Carácter de la investigación**

Este análisis es descriptivo, puesto que se seleccionará una serie de cuestiones y se medirá o recolectará información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga. Seguidamente, se considera como una investigación de tipo causal, por lo cual, existe un problema y se quiere elaborar un informe para saber qué lo está provocando. Además, se menciona que es un estudio de tipo analítico; por consiguiente, se evaluará los resultados que se obtengan.

#### **3.1.6 Naturaleza**

Esta investigación es de naturaleza mixta, cuantitativa, pues al ser un estudio de factibilidad, nos permite determinar si la creación de la sucursal es rentable, y por esta razón, se pretende utilizar distintos métodos contables y de medición, necesarios para tomar una decisión final sobre la creación de la sucursal. Además, es de carácter cualitativo, dado que se utilizarán distintos conceptos y teorías que aportarán objetividad y confiabilidad a la proyección de los resultados por obtener.

## **3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **3.2.1 Sujetos**

La información fundamental se obtiene de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A, de su dueño, Gustavo Villalta Rodríguez, quien junto con los usuarios que forman parte de la compañía y de sus otras sucursales, aportarán la mayoría de la información en la que se basará esta investigación.

### **3.2.2 Fuentes de información**

Para esta investigación, se tomarán en cuenta los siguientes textos los cuales serán de suma importancia para obtener la información deseada. Los textos por utilizar son:

- Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas.
- Ingeniería económica.
- Principios de administración financiera.
- Preparación y evaluación de proyectos.
- Análisis y diagnóstico financiero.

Se seleccionaron estos textos, con la finalidad de utilizar diferentes conceptos y teorías relacionadas con el tema de investigación, los cuales ayudarán a reforzar los resultados, con una información exacta y detallada para una mejor evaluación y apreciación del análisis.

- Fuentes primarias: para este caso, serán el dueño de la empresa RM Industrial SOLIN S.A, además de los empleados más antiguos.
- Fuentes secundarias: para esta investigación se utilizarán libros de texto, tesis e investigaciones en internet.

- Fuentes terciarias: para este estudio, se utilizaría documentos y títulos de revistas, que sean útiles para encontrar fuentes no documentadas.

### **3.2.3 Muestreo**

Esta investigación utilizará un tipo de muestreo no probabilístico, por conveniencia; por consiguiente, se elegirá un total de 11 empresas a las cuales se les consultará si consumen productos industriales y automotrices dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, con el objetivo de conseguir la información relevante y necesaria para responder las distintas interrogantes acerca del proyecto. Además, se considera como un muestreo por juicio; puesto que se intentará hablar con el encargado de compras o proveeduría, debido a que estas personas son las que tienen un amplio conocimiento sobre el tipo de productos que consume cada una de estas empresas; de este modo, se logrará recolectar la información necesaria para evaluar la factibilidad de crear una sucursal por parte de la compañía RM Industrial SOLÍN S.A.

## **3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN**

Dentro de las técnicas que se utilizarán para esta investigación se consideró utilizar la encuesta y la entrevista.

Primero que todo, se pensó aplicar la encuesta como una de las técnicas para realizar esta investigación, ya que se utilizarán datos de importancia o información primaria que sirvan para conocer distintas preferencias o actitudes de las personas, para lo cual se utilizarán preguntas cerradas, y se aplicará de igual manera para todas las personas que serán encuestadas. La muestra que

se va a utilizar para esta encuesta se encuentra entre el rango de 8 o 12 de las empresas con mayor potencial para la adquisición de este tipo de productos.

En el caso de la entrevista se utilizará para obtener información necesaria, a personas que conocen o son expertas en el tema de esta investigación, o a quienes conozcan distinta información sobre el asunto, ya que es muy importante la experiencia que se pueda tener en un determinado campo. El tiempo que pueda durar una entrevista es variable, desde algunos minutos hasta varias horas, pero se trata de ser breve para no ocupar tiempo de más. Esto se realizará mediante una guía temática, donde se pretende hacer de 10 a 23 preguntas, en el cual se hablará de temas importantes para recolectar la información necesaria para la una elaboración más exacta del análisis.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

## **4.1 ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1.1 Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

El estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto. Sus objetivos están concentrados en analizar y determinar la apertura de una nueva sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A en la Zona Franca de El Coyo de Alajuela.

Al aplicar la encuesta, se determinarán los clientes potenciales que crearán mayor beneficio hacia la empresa y sus sucursales; adicionalmente se procederá a recopilar información para realizar el estudio administrativo, de mercado y financiero, con el fin de analizar las diferentes variables que permitirán fundamentar la realización de este proyecto.

El sector que se evaluó fue la Zona Franca de El Coyo de Alajuela, y las encuestas se aplicaron a las empresas con mayor potencial hacia la adquisición de este tipo de productos tanto industriales como automotrices. Se utilizó un análisis estadístico para seleccionar la muestra de la población, la aplicación de las encuestas y el estudio de los resultados, con el fin de tener un acercamiento de la realidad de la posible demanda que podría tener una nueva sucursal en esta zona del país.

### **4.1.2 Estudio de mercado**

Con el siguiente estudio se pretende confirmar la existencia de la necesidad de una sucursal que vende artículos industriales y automotrices dentro de la Zona Franca de El Coyo de Alajuela.

De la investigación realizada, se pretende determinar el tipo de servicio que el cliente en general o las empresas desean obtener, así como lo que cada comprador o compañía estarían dispuestos a pagar por dicho servicio.

Con la información obtenida sobre el tipo de población, productos, ingresos, entre otros, se puede analizar los precios, además de calcular la oferta y la demanda para la comercialización del proyecto. Cabe destacar que en el cantón de Alajuela cuenta con una demanda de clientes importantes para esta empresa.

#### **4.1.3 Perfil y concepto del negocio**

El perfil y el concepto de una compañía es un aspecto clave, ya que van a determinar hacia dónde va el negocio. Particularmente, para la empresa RM Industrial SOLÍN S.A, la cual desea expandirse en distintas zonas del país, en este caso en particular en la provincia de Alajuela, más especialmente en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela.

Para la ubicación de la sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A resulta importante escoger un espacio donde se le permita ampliarse de la mejor manera para conseguir expandirse y comercializar sus productos en mayor cantidad, además de tener un fácil acceso y comodidad para los clientes y las compañías ubicadas dentro de la zona.

La sucursal RM Industrial SOLÍN S.A, se ubicaría en un local disponible, en un terreno que se ubica frente a la Autopista Bernardo Soto, con posición esquinera, de muy fácil acceso para las empresas localizadas en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela y sus alrededores, además de la gran cantidad de usuarios que normalmente transitan por esta ruta.

#### **4.1.4 Perfil del visitante**

El mercado meta al cual se dirige este proyecto está enfocado a las distintas empresas localizadas en esta zona del país, además de algunos sus clientes potenciales los cuales se hallan ubicados dentro de la provincia de Alajuela, quienes deben trasladarse a otros lugares para encontrar mayor variedad, calidad, y una mayor facilidad de acceso para ellos.

#### **4.1.5 Tamaño de la muestra**

La Zona Franca de El Coyol de Alajuela cuenta con un aproximado de 80 empresas a su alrededor, según la página Procomer de Costa Rica.

Se realizaron 11 encuestas a distintas empresas dentro de esta zona y de las cuales se consideran posibles importantes compradores directos, en las cuales las personas encargadas directas a las que se le realizará la entrevista y encuesta, deben contar con el conocimiento necesario para poder obtener tal información, a fin de lograr un efecto lo más cercano a la realidad y reducir el riesgo de sesgo del proyecto y, de esta manera, conocer su percepción acerca de este tipo de servicio dentro de este sector.

**Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta**

<b>Ficha técnica de la encuesta</b>	
<b>Diseño y realización</b>	La encuesta ha sido una creación original tomando en cuenta preguntas necesarias para la recolección de información relevante para el proyecto y la toma de decisiones.
<b>Universo</b>	La provincia de Alajuela
<b>Tamaño de la muestra</b>	11 empresas seleccionadas anteriormente dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela y sus alrededores
<b>Nivel de confianza</b>	Nivel de confianza del 90% y error $\pm 10\%$ para el análisis
<b>Tipo de encuesta</b>	Entrevista personal con las empresas seleccionadas.
<b>Supervisión</b>	Desarrollador de la tesis
<b>Diseño de la muestra</b>	Tras la recolección de información se reconoció una población para este estudio de 80 empresas. La fórmula utilizada para el cálculo final de la muestra fue la de población finita, determinando un tamaño de 11 empresas seleccionadas.

Fuente: Elaboración propia

La fórmula que se utilizó para obtener el promedio de la muestra fue la desviación estándar

1- La varianza máxima en la proporción es del 50%.

2- Se utilizó un nivel de confianza del 90%.

3- Una estimación con un margen de error del 10%.

**Tabla 2. Variables utilizadas en la muestra**

N	Muestra inicial
Z	Nivel de confianza utilizado
P	Probabilidad de éxito.
Q	Probabilidad de fracaso
<i>D</i>	Máximo error aceptable al realizar el estudio

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3. Cálculo de la muestra**

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: Elaboración propia

En donde,

- N: Corresponde al tamaño de la población. En este caso en concreto corresponde a un total de 80 empresas ubicadas dentro de la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela, en el cual se realizará el proyecto en concreto.
- Z: Corresponde al nivel de confianza elegido ubicado en la curva de distribución normal. El nivel de confianza por el que se optó para este estudio en concreto es de un 90%, ubicado en la curva de distribución normal corresponde a 1,65

- p: proporción esperada, asumamos que este caso puede ser próxima al 5% (= 0,05), en este caso se utiliza este valor para no maximizar el tamaño de muestra en un resultado fuera del rango promedio.
- q: 1-p (en este caso 1-0,05=0,95)
- d: Este dato se relaciona con el error de muestreo máximo con que cuenta el estudio. La investigación tiene un error máximo del 10% (0,10), debido a que es aceptable en una muestra de esta naturaleza; además, arroja un tamaño de muestra que está dentro del alcance de los investigadores.

- **Aplicación de la fórmula**

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando el tamaño de la población es finita:

$$n = \frac{80 * 1,65^2 * 0,05 * 0,95}{0,10^2(80 - 1) + 1,65^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = 10,7406$$

**Tabla 4. Supuestos del cálculo de la muestra**

Nivel de confianza es de	90%
por tanto z es	1,65
Desviación estándar	0,5
El máximo error aceptable al realizar el estudio es	10%
Muestra	11

Fuente: Elaboración propia

Se escogió realizar la muestra a 11 empresas a pesar de que la fórmula indique 10 para, así, lograr datos más exactos y redondeando los resultados.

#### **4.1.6 Trabajo de campo**

Se procedió a visitar la Zona Franca de El Coyol de Alajuela y aplicar las entrevistas y encuestas a las empresas seleccionadas que se encontraban en este lugar.

#### **4.1.7 Procesamiento de datos**

Luego de la aplicación de las entrevistas y encuestas, estas se revisaron con el objetivo de localizar posibles errores que se hayan podido presentar y así lograr corregirlos.

Después de la revisión y el conteo, se procedió a trasladar la información, y originar los gráficos y cuadros, para su posterior colocación en el proyecto.

#### **4.1.8 Diseño de la encuesta**

##### **4.1.8.1 Aplicación de la encuesta y análisis**

La aplicación de la encuesta será realizada en el cantón de Alajuela, específicamente en los alrededores de Zona Franca de El Coyol de Alajuela, donde encontramos más de 80 tipos de empresas con servicios muy diferentes y variados. Las personas a las cuales se les aplicará la encuesta son a los proveedores o encargados de compras de dichas empresas seleccionadas, dado que son quienes en este medio están más capacitadas para brindarnos información necesaria para poder calcular los ingresos necesarios para la apertura de la sucursal en este sector.

Para la realización de la encuesta, se tomó una muestra de 11 empresas, a las cuales se les preguntó sobre generalidades de los servicios, sobre sus

proveedores inmediatos y lo más trascendental que tipo de productos consumen en mayor cantidad, con el fin de evaluar la intención y el perfil de los clientes potenciales.

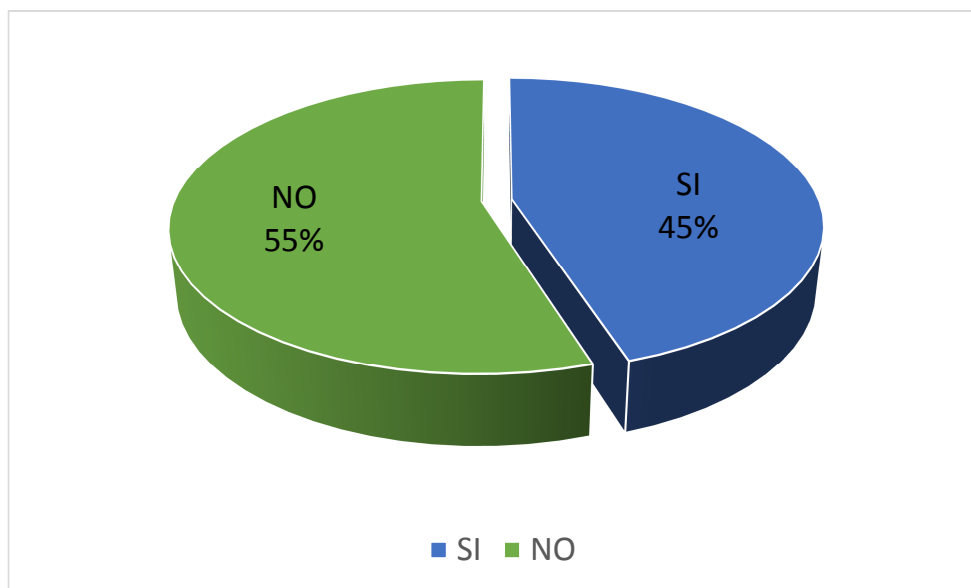
#### 4.1.8.2 ¿Conoce acerca de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.?

**Tabla 5. Empresas que conocen a RM Industrial SOLÍN S.A**

Alternativas	Valor absoluto	Valor relativo
SÍ	5	45%
NO	6	55%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 1. Empresas que conocen acerca de RM Industrial SOLÍN S.A. en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela y sus alrededores.**



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar con los datos obtenidos, de las 11 empresas encuestadas, el 55% respondió negativamente, al consultarles si tienen algún conocimiento o si alguna vez han comprado en la empresa RM Industrial SOLÍN S.A, y el otro 45% de ellas respondió positivamente, al decir que si habían consumido alguna vez este tipo de productos con la empresa o que si tenían conocimiento y algunas referencias sobre ellos, lo cual es un punto importante de resaltar, ya que gran parte de ellas ya conocen a la empresa a pesar de encontrarse tan alejados de esta zona.

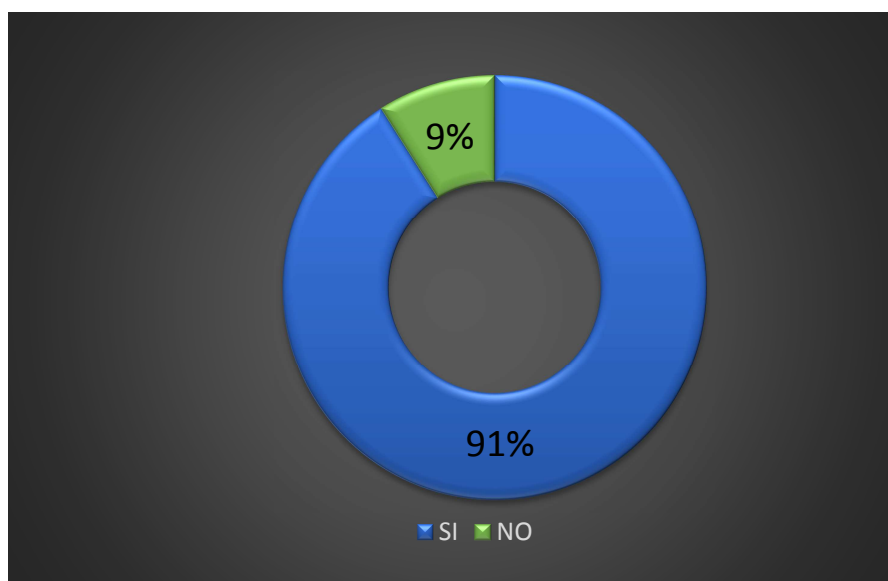
#### 4.1.8.3 ¿Es de interés para ustedes la compra de productos industriales o automotrices?

**Tabla 6. Interés de las empresas por la adquisición de productos industriales y automotrices**

Alternativas	Valor absoluto	Valor relativo
Industriales	10	91%
Automotrices	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 2. Interés de las empresas por la adquisición de productos industriales o automotrices**



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico número 2, el 91% representa a las empresas que prefiere los productos industriales y solo a un 9% del total de ellas les gustaría adquirir productos automotrices.

Como reflejo de esta encuesta se concluyó que el mercado potencial para la nueva sucursal está en la venta de productos industriales, dado que al ser la zona franca de El Coyol de Alajuela un sector industrializado es de suma importancia adquirir en mayor cantidad estos productos para su debido funcionamiento del día a día.

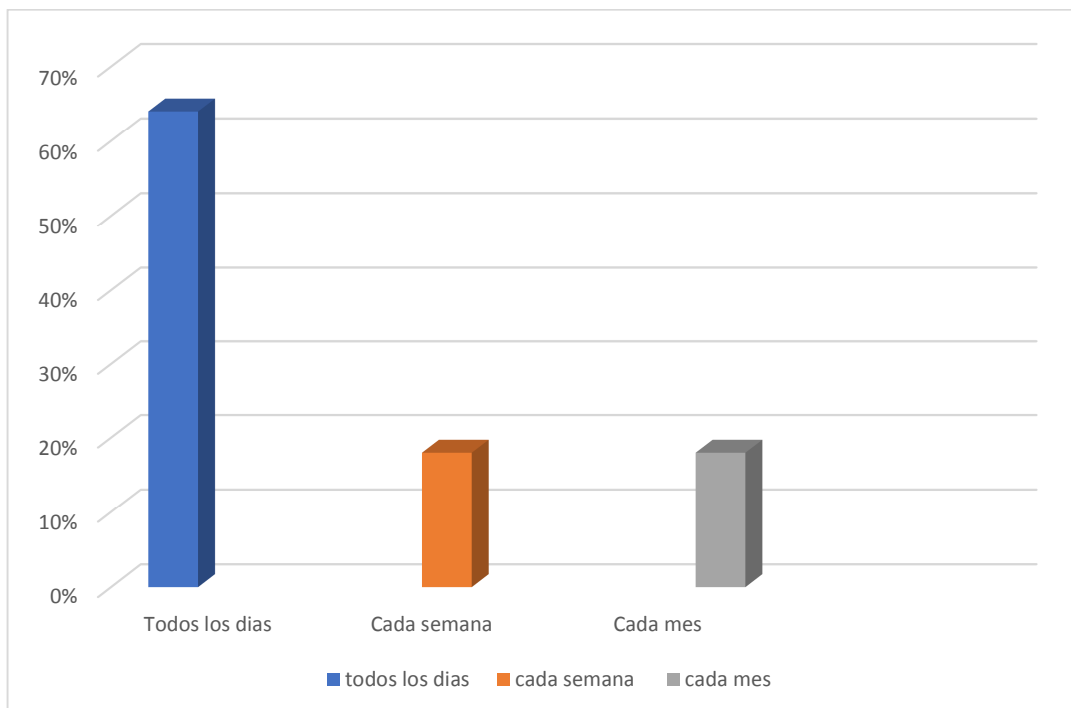
#### **4.1.8.4 ¿Con qué frecuencia ustedes adquieren productos industriales o automotrices?**

**Tabla 7. Frecuencia con la que estas empresas consumen productos industriales y automotrices**

Alternativas	Valor absoluto	Valor relativo
Todos los días	7	64%
Cada semana	2	18%
Cada mes	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 3. Frecuencia con la que estas empresas consumen productos industriales y automotrices**



Fuente: Elaboración propia

El gráfico demuestra en este caso que el 64% compra este tipo de productos todos los días, el 18% de ellas dijo que solo los adquieren cada semana y el otro 18% afirmó que solo lo hacen una vez cada mes. Lo cual nos expresa que hay una alta probabilidad de que este tipo de empresas le compren a la sucursal

estos productos todos los días, lo cual generaría mayores ingresos para la compañía RM Industrial SOLÍN S.A.

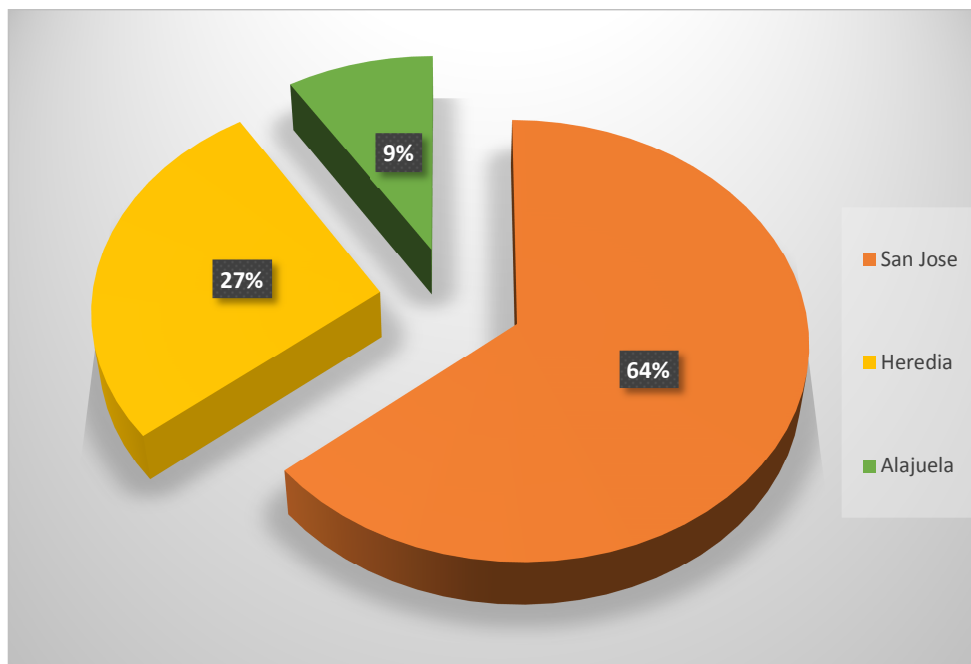
#### 4.1.8.5 ¿Dónde están ubicadas estas empresas proveedoras (competencia)?

**Tabla 8. Ubicación de la competencia**

Alternativas	Valor absoluto	Valor relativo
San José	7	64%
Heredia	3	27%
Alajuela	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 4. Ubicación de la competencia**



Fuente: Elaboración propia

De la información anterior se pudo concluir que, de las empresas encuestadas, el 64% tenía que comprar estos productos en San José, el 27% en Heredia y tan solo el 9% pudo encontrar estos productos cerca esta provincia.

Lo cual nos expresa que muchas de ellas tienen que trasladarse hasta la capital en la mayoría de las ocasiones para adquirirlos o realizar pedidos los cuales conllevan un costo adicional al envío y mayores tiempos de envío al no contar con un proveedor cercano a esta zona que los distribuya.

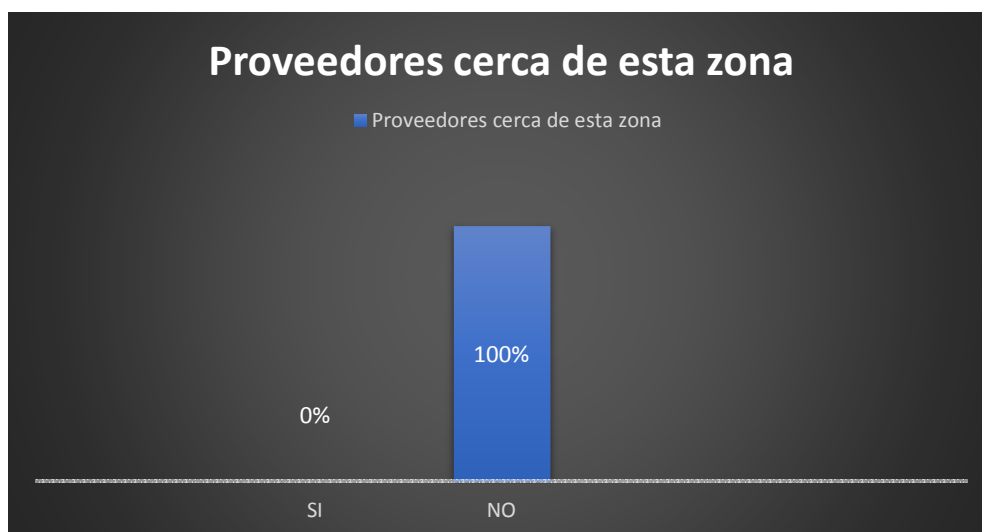
#### **4.1.8.6 ¿Conoce usted otra empresa en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela que venda este tipo de productos?**

**Tabla 9. Empresas en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela que venda este tipo de productos**

Alternativas	Valor absoluto	Valor relativo
SÍ	100	0%
NO	0	100%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

#### **Gráfico 5. Empresas en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela que vendan estos productos**



Fuente: Elaboración propia

De la pregunta anterior se puede concluir, que el 100% de las empresas encuestadas no conoce ningún proveedor cerca de esta zona que venda y distribuya artículos industriales, ya que los proveedores que los utilizan se encuentran un poco alejados del sector. Por consiguiente, para la nueva sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A, sería un punto muy alto favor ya que ninguna de las empresas competencia se halla cerca de esta zona.

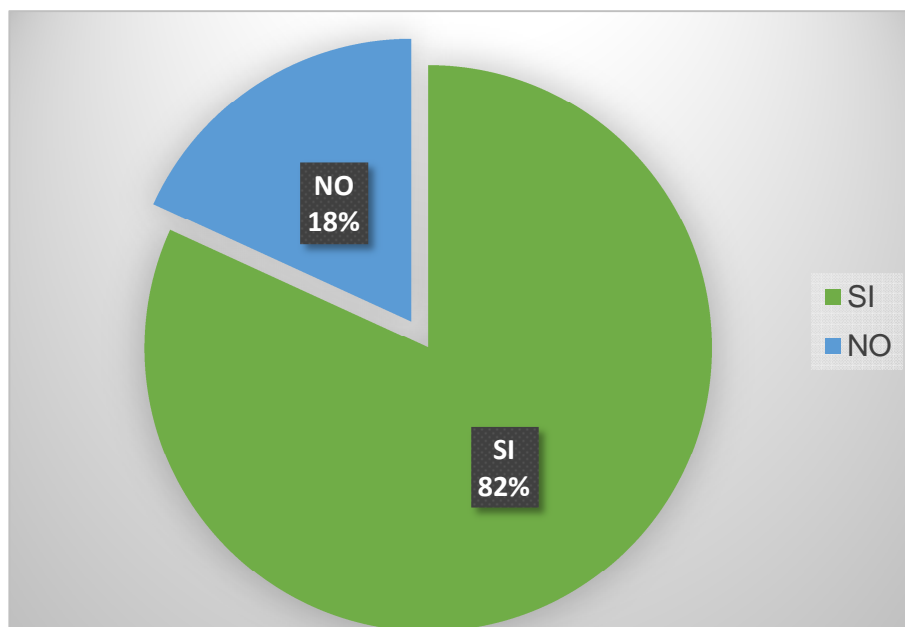
#### **4.1.8.7 ¿Le interesaría que estuviéramos dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela?**

**Tabla 10. Conveniencia de contar con un suplidor cerca de la Zona Franca de El Coyol**

Alternativas	Valor absoluto	Valor relativo
SÍ	9	82%
NO	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 6. Conveniencia de contar con un suplidor cerca de la Zona Franca de El Coyol**



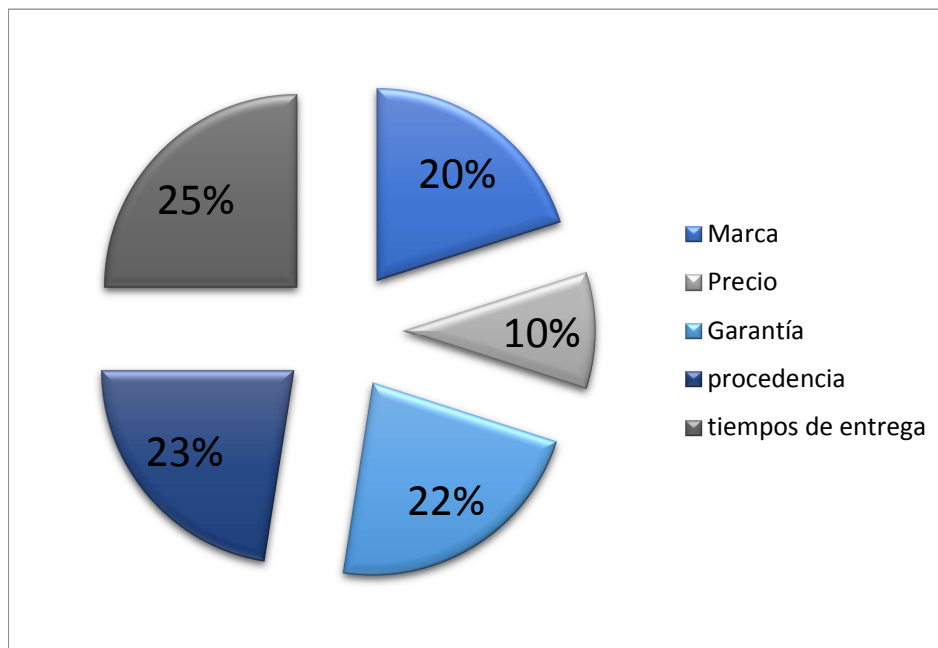
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo anterior, se puede concluir de la siguiente manera: al 82% de las empresas encuestadas les gustaría contar con un suplidor cerca de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela y tan solo al 18% le pareció irrelevante si se encontraran cerca o no.

Por lo tanto, se puede decir que a la mayoría de las compañías encuestadas les resulta un factor importante y determinante contar con un suplidor cerca de la zona, por el simple hecho de que ayudaría a disminuir los tiempos de entrega, y solucionar emergencias de imprevisto, lo cual en la mayoría de las ocasiones es el inconveniente principal, según la información que me brindaron estas empresas.

**4.1.8.8 Antes de adquirir un producto, ¿cuál de estos factores es el más importante?**

**Gráfico 7. Aspectos importantes a la hora de adquirir productos industriales y automotrices**



Fuente: Elaboración propia

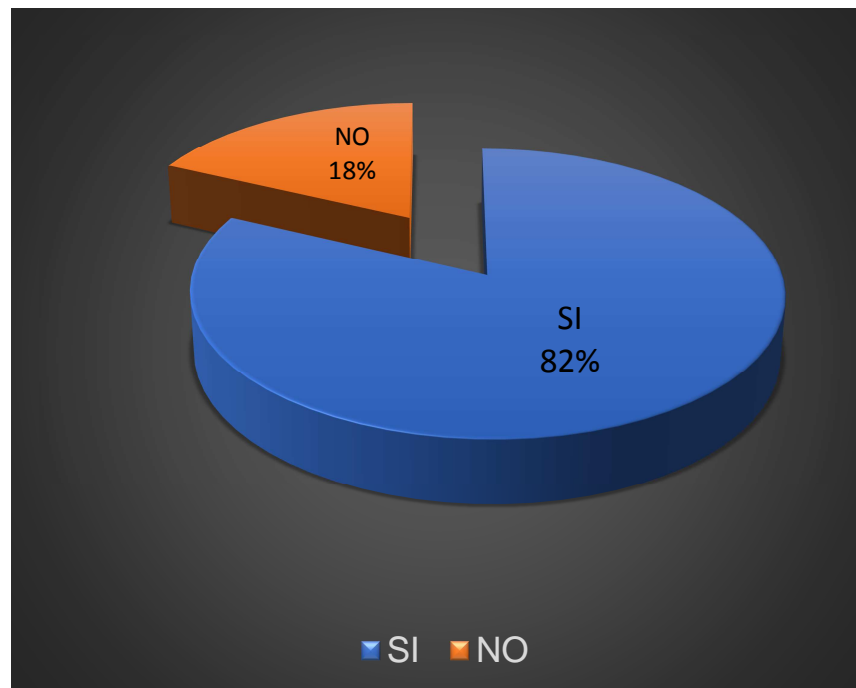
Según los datos obtenidos en la encuesta, los consumidores consultados consideran los tiempos de entrega como el principal aspecto por considerar a la hora de adquirir este tipo de productos. Esto, según dijeron, porque resulta importante debido a que muchas de estas empresas necesitan ciertos productos de manera casi inmediata para no tener que detener su producción, pues a causa de esto lo cual les generaría muchas pérdidas si esto sucede. OJO no hay alusión a los porcentajes

En segundo lugar, pero no menos importante, las empresas interrogadas coincidieron en que la procedencia de estos productos es un aspecto considerable y muy relevante para ellos, esto debido a que por el tipo de máquinas que manejan es sumamente necesario e indispensable estar al tanto de la procedencia de estos productos, y que sean de la mejor calidad posible dentro del mercado actual.

La garantía y la marca están en un porcentaje similar, con una diferencia de un 3%, a expresión del precio, el cual consideraron en este caso que no era de suma importancia, siempre y cuando los productos cumplieran con los otros rubros anteriores.

#### 4.1.8.9 ¿Compraría usted este tipo de productos en esta nueva sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.?

**Gráfico 8. Cantidad de empresas que le comprarían a la nueva sucursal**



Fuente: Elaboración propia

De lo anterior, se concluye que el 82% de las empresas encuestadas estaría dispuesto a comprarle a la nueva sucursal, y el 18% prefiere seguir con sus proveedores actuales. Este rubro es importante de calificar, ya que calculando la cantidad de empresas que estarían de acuerdo en comprarle a la sucursal se podrán calcular el estimado de los ingresos, lo cual en este caso vemos que el porcentaje de empresas de concuerdan es bastante alto, por lo tanto, este punto

se considera fundamental para el crecimiento tanto de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A. como de su nueva sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.

#### **4.1.8.10 Descripción general de la encuesta**

La encuesta se formuló con 21 preguntas en cuatro apartados, dirigidos específicamente a la población en estudio.

- 1- Conocimiento sobre la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.
- 2- Tipos de servicios y consumo de productos por parte de las empresas.
- 3- Proveedores directos e indirectos y su localización.
- 4- Preferencias por un nuevo proveedor en esta zona.

Esta es una encuesta que tiene como finalidad captar la información esencial para determinar si es factible abrir una sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.

#### **4.1.8.11 Demanda actual del producto**

La demanda del producto se ve afectada por los factores externos e internos, los cuales se deben considerar para determinar los consumidores potenciales.

Los factores externos son aquellos en los cuales el negocio no puede intervenir, tal es el caso de la cantidad de consumidores, así como sus ingresos. Los aspectos internos son aquellos en los cuales la nueva sucursal puede modificar para incrementar la demanda y, entre ellos, podemos citar la gran variedad y productos únicos, esto con el fin de satisfacer por completo las necesidades que estos tengan.

Para tener más claro el nivel de demanda del negocio, se tomó en cuenta los datos obtenidos por la encuesta aplicada a las empresas con mayor potencial dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, propiamente en diferentes

áreas dentro del sector que tienen una gran afluencia de empresas especializadas en distintos servicios, a las cuales les es conveniente contar con un proveedor cerca de la zona que pueda satisfacer sus necesidades en el menor tiempo posible, a un menos costo y de manera satisfactoria, ya que indirectamente todos estos productos industriales son de suma importancia para la mayoría de este tipo de compañías.

**Tabla 11. Lista de empresas encuestadas que comprarían en la sucursal.**

Empresas	SÍ	NO
Durman Esquivel	X	
Gas Natural Zeta	X	
Dos Pinos	X	
Grupo Electrónico		X
Grupo H&M	X	
Consultoría ECOS		X
Prodex	X	
Mayca S.A.	X	
Poliburbuja	X	
Laica S.A.	X	
H Solís- centro corporativo	X	
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>2</b>

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar con los datos obtenidos, de las 11 empresas encuestadas, nueve de ellas respondieron positivamente al consultarle si comprarían a otra compañía productos industriales. Con lo anterior, se deduce que la demanda en este tipo de bienes es escasa. Por lo cual esto se presentaría como una buena opción para la empresa de expandirse en más puntos del país, en este caso con una nueva sucursal dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela. Las encuestas se realizaron a las compañías procesadoras que se encuentran dentro de este sector.

#### **4.1.8.12 Determinantes de la oferta**

Se tomarán en cuenta los determinantes de la oferta, con el fin de establecer los aspectos que puedan ser considerados para definir la oferta óptima que debe tener el servicio.

- Mercado competidor: es importante considerar en este punto la competencia que afectará al negocio, con el fin de establecer las ventajas y desventajas que tendrá el negocio dentro del mercado. Según la observación realizada en El Coyol de Alajuela, pudimos concluir que no existe ninguna competencia directa en esta zona, ya que los 3 competidores indirectos se encontraban ubicados en San José, Heredia y Alajuela centro.

Servicios ofrecidos: este aspecto es muy importante porque, mediante los servicios que se van a ofrecer, se pretende lograr una demanda óptima para la nueva sucursal dentro de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.

#### **4.1.8.13 Estrategia comercial**

En este punto se va a realizar un análisis de la manera en la que se promocionará a la nueva sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.

Al estar ubicado cerca de una ruta muy transitada por vehículos y con muchas empresas alrededor, le es más accesible darse a conocer, además se enviará a todas las compañías de esta zona, un correo con información sobre la nueva sucursal y su amplia línea de productos para así lograr que muchas más firmas conozcan acerca de la sucursal y los distintos productos que ofrecería a este tipo de mercado industrial y automotriz.

Dentro de lo aplaneado, se va a diseñar un rótulo el cual se colocará en la entrada principal de la propiedad con el nombre de "Sucursal RM Industrial

SOLÍN S.A.”, y el cual tendrá un tamaño apropiado que permita la visibilidad a los residentes y a las personas que transitan por esa vía.

En la actualidad, el internet es una parte muy importante de comunicación y las redes sociales han logrado atraer una gran cantidad de personas, por lo que utilizarlas para atraer más clientes en este caso se convierte en una estrategia muy eficiente. Los anuncios que aparecen en Facebook son fáciles de diseñar, por lo que el mismo administrador de la página de la empresa lo puede realizar. Se debe seleccionar una imagen que sea atractiva y haga referencia al servicio que en este caso ofrecerá la sucursal, además de una breve reseña de lo que desean anunciar. Esta será la información que podrán ver los diferentes usuarios a un costado de su perfil personal, por lo que estará a la vista de los consumidores.

Es importante mencionar que, al realizar el anuncio, el sistema permite seleccionar el segmento al cual se quiere dirigir, con esto se trata de llegar a las personas adecuadas. La segmentación se puede realizar tanto por datos demográficos, como por la referencia que tengan los clientes hacia la empresa RM Industrial SOLÍN S.A y sus otras sucursales.

#### **4.1.8.14 Producto**

El servicio que brindará la nueva sucursal en las Zona Franca de El Coyol de Alajuela es básicamente brindar a las distintas empresas en esta zona y a clientes potenciales ubicados dentro de la provincia de Alajuela una opción de comprar en un espacio más accesible, con variedad, buenos precios, que le permitan al consumidor satisfacer sus necesidades en tiempos más reducidos. Se va a caracterizar por contar con una gran variedad para cualquier tipo de empresa o usuario que utilice este tipo de productos. Encontrarán desde fajas

industriales de todo tipo, mangueras hidráulicas e industriales para agua, aire y sistemas neumáticos, fitineria, acoples, roles, entre otra gran variedad de productos.

#### **4.1.8.15 Precio de los productos**

El aumento del precio precisado para estos productos automotrices y, sobre todo, industriales, por parte de la sucursal, será de un 5%, un 1% menos que el porcentaje de inflación detallado posteriormente en el trabajo.

#### **4.1.8.16 Plaza**

El local que se ha seleccionado para la venta de productos industriales y automotrices en El Coyol de Alajuela se encuentra ubicado frente a la Autopista Bernardo Soto. El lugar es de fácil acceso ya sea para las empresas a la hora de ubicarlos, como para los usuarios que consumen este tipo de productos. Dicha zona cuenta además con una gran aglomeración de vehículos que pasan a diario por aquí, lo cual causaría que un mayor número de personas conozca la sucursal.

## **4.2 ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.2.1 Estudio básico**

El objetivo de efectuar el estudio técnico es suministrar información para cuantificar el monto de la inversión y los costos de funcionamiento del proyecto. De este análisis se podrán obtener datos tales como el capital que se deberá aportar, la mano de obra requerida, los recursos materiales que se tendrá que conseguir, tanto para iniciar el negocio, como para su desarrollo una vez puesto en marcha, además del tamaño y localización del proyecto.

Analizando esto, se pueden dar respuestas a las interrogantes y cuantificar los costos e inversiones, entre otros, con el propósito de utilizar los recursos de forma eficiente.

#### **4.2.1.1 Localización**

Luego de aplicar la encuesta, se observó que la mayoría de empresas encuestadas sí consideran la opción de comprar en otra sucursal que distribuya este tipo de productos. Tomando en cuenta este resultado, la sucursal se ubicará en frente a la Autopista Bernardo Soto a un costado de la sucursal de la empresa Kia Motors.

#### **4.2.1.2 Diseño**

El tamaño del terreno es de 300 m<sup>2</sup>. Allí se alquilará el local para la sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A. en la zona de El Coyol de Alajuela, con espacio para parqueo de visitantes, hasta 5 autos.

Se remodelaría con espacios aptos para colocar las nuevas máquinas las cuales son indispensables para adaptar las distintas fajas industriales y cortadoras de mangueras. En lo que respecta a servicios sanitarios, se contará con uno tanto para los clientes como para el personal a cargo. También habrá un mostrador grande para la parte de ventas y un espacio para la persona encargada de cobrar, el cual también contará con una computadora para realizar las transacciones. El lugar no necesita pintura solo algunos retoques en las de paredes, ya que tenía anteriormente un estado muy bien conservado.

#### **4.2.1.3 Encuesta sobre la competencia**

Durante el desarrollo del proyecto según las entrevistas realizadas, se tomó en cuenta a las 3 empresas, que en este caso se encuentran como competencia

indirecta hacia la nueva sucursal, de la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se encuentra con un posicionamiento en el mercado de 20 años.
- Cuentan con facilidades de pago de 30 a 60 días, dependiendo del valor de producto.
- Cuentan con una línea de productos amplia y variada.
- Un punto importante es que algunas de ellas poseen varias sucursales en distintas partes del país, por lo que el inventario que no se logra vender se traslada a las sucursales donde se ponen en oferta algunos de esos productos, y se logran vender con mayor facilidad.
- Todas ellas además cuentan con un local propio.

## **4.3 LEGISLACIÓN LABORAL**

### **4.3.1 Planilla**

La capacidad inicial que sustenta este negocio va a implementar otra modalidad de pagos de salarios, y que constituyen los servicios profesionales.

La jornada laboral ordinaria. Esta modalidad se acogió considerando las características del negocio. La sucursal contará con tres personas que atiendan el negocio en horario rotativo; estará abierta al público a partir de las 9 a.m. y hasta las 6 p.m., contemplando las 8 horas laborales y los recesos que se tienen por ley.

Por su parte, para el establecimiento de los salarios de empleados, se consideró la lista de los salarios mínimos por el sector privado emitida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS).

Seguidamente, se detallarán los salarios de los empleados de la nueva Sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela y la proyección de 10 años, considerando aumentos semestrales de un 0,77 %, y tomando en cuenta la información del último aumento semestral al cerrar el año 2016, según la página digital de La Gaceta, aumento salarial sector privado.

#### **4.3.2. Provisiones de ley**

##### **4.3.2.1 Vacaciones**

El empleado tiene derecho a dos semanas de vacaciones con goce de salario después de cada 50 semanas laborales. En caso de que se dé la terminación del contrato, el trabajador tendrá derecho a un día de vacaciones por cada mes laborado.

##### **4.3.2.2 Aguinaldo**

El aguinaldo constituye un beneficio y un derecho que tiene el trabajador, el cual se obtiene al laborar un tiempo mayor a un mes. Esta prerrogativa no se pierde, independientemente de cuál sea la causa al concluir la relación laboral. El aguinaldo se calcula con base en el promedio de los sueldos ordinarios y extraordinarios devengados por este, durante los 12 meses anteriores al primero de diciembre del año en curso.

##### **4.3.2.3 Cesantía**

La cesantía constituye una indemnización que los patronos deben pagarles a los trabajadores en los casos en que haya existido una relación laboral por tiempo indefinido y que sean despedidos sin ninguna causa justa. Esta indemnización de cesantía se creó con el objetivo de proteger a la parte más débil de la relación laboral; es decir, al empleado.

Dicha indemnización rige de la siguiente manera:

- Después de un trabajo continuo no menor a tres meses ni mayor a seis meses, se pagan diez días de salario.
- Después de un trabajo continuo mayor a seis meses, pero menor a un año, se paga el equivalente a veinte días de salario.
- Después de un trabajo continuo de un año, se paga el equivalente a un mes por cada año laborado o fracción no menor a seis meses.

**Tabla 12. Detalle de los salarios anuales**

Puesto	Salario mensual inicial	AÑO 1		AÑO 2	
		Salario I semestre	Salario II semestre	Salario I semestre	Salario II semestre
Vendedor	₡ 290.496,40	₡ 1.756.399,33	₡ 1.769.923,61	₡ 1.783.552,02	₡ 1.797.285,37
Vendedor	₡ 290.496,40	₡ 1.756.399,33	₡ 1.769.923,61	₡ 1.783.552,02	₡ 1.797.285,37
Cajero(administrador)	₡ 300.552,61	₡ 1.817.201,19	₡ 1.831.193,64	₡ 1.845.293,83	₡ 1.859.502,59
<b>Salarios totales anuales</b>		₡ 10.701.040,71		₡ 10.866.471,21	

Puesto	AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Salario I semestre	Salario II semestre	Salario I semestre	Salario II semestre	Salario I semestre	Salario II semestre
Vendedor	₡ 1.811.124,47	₡ 1.825.070,13	₡ 1.839.123,17	₡ 1.853.284,42	₡ 1.867.554,71	₡ 1.881.934,88
Vendedor	₡ 1.811.124,47	₡ 1.825.070,13	₡ 1.839.123,17	₡ 1.853.284,42	₡ 1.867.554,71	₡ 1.881.934,88
Cajero(administrador)	₡ 1.873.820,76	₡ 1.888.249,18	₡ 1.902.788,70	₡ 1.917.440,17	₡ 1.932.204,46	₡ 1.947.082,44
<b>Salarios totales anuales</b>	₡ 11.034.459,14		₡ 11.205.044,04		₡ 11.378.266,07	

Puesto	AÑO 6		AÑO 7	
	Salario I semestre	Salario II semestre	Salario I semestre	Salario II semestre
Vendedor	₡ 1.896.425,77	₡ 1.911.028,25	₡ 1.925.743,17	₡ 1.940.571,39
Vendedor	₡ 1.896.425,77	₡ 1.911.028,25	₡ 1.925.743,17	₡ 1.940.571,39
Cajero(administrador)	₡ 1.962.074,97	₡ 1.977.182,95	₡ 1.992.407,26	₡ 2.007.748,80
<b>Salarios totales anuales</b>	₡ 11.554.165,98		₡ 11.732.785,18	

Puesto	AÑO 8		AÑO9		AÑO10	
	Salario I semestre	Salario II semestre	Salario I semestre	Salario II semestre	Salario I semestre	Salario II semestre
Vendedor	₡ 1.955.513,79	₡ 1.970.571,25	₡ 1.985.744,65	₡ 2.001.034,88	₡ 2.016.442,85	₡ 2.031.969,46
Vendedor	₡ 1.955.513,79	₡ 1.970.571,25	₡ 1.985.744,65	₡ 2.001.034,88	₡ 2.016.442,85	₡ 2.031.969,46
Cajero(administrador)	₡ 2.023.208,46	₡ 2.038.787,17	₡ 2.054.485,83	₡ 2.070.305,37	₡ 2.086.246,72	₡ 2.102.310,82
Salarios totales anuales	₡ 11.914.165,71		₡ 12.098.350,25		₡ 12.285.382,16	

Fuente: Elaboración propia con base en MTSS (2017).

**Tabla 13. Total de provisiones para el primer año**

Puesto	Salarios primer año	Provisión de aguinaldo 8,33%	Provisión de cesantía 5,33%	FCL 3%	Provisión de vacaciones 4,17%	Total de provisiones anuales
Vendedor						
Vendedor						
Cajero(administrador)	₡ 10.701.040,71	₡ 891.396,69	₡ 570.365,47	₡ 321.031,22	₡ 446.233,40	₡ 2.229.026,78

Fuente: Elaboración propia con base en MTSS (2017).

#### 4.3.3 Seguro de riesgos del trabajador provisión cesantía

Es un seguro obligatorio con el que deben contar las empresas para proteger a sus colaboradores. Una tarifa de este tipo de seguro depende de la actividad económica que desarrolle la compañía, la labor que realicen los empleados y el riesgo al que se encuentren expuestos. En este caso, para la sucursal en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela, la tasa anual de la póliza de riesgos de trabajo es de 1,90% del salario anual de los trabajadores.

**Tabla 14. Gasto por póliza de riesgo del trabajo (primer año)**

Puesto	Salarios primer año	Riesgo al trabajador 1,90% primer año
Vendedor		
Vendedor		
Cajero(administrador)	₪ 10.701.040,71	₪ 203.319,77

Fuente: Elaboración propia con base en MTSS (2017).

#### 4.3.4 Cargas sociales

La empresa deberá pagar un 26,33% sobre los salarios brutos de los trabajadores. Esto se encuentra detallado en el estudio legal, en el apartado de Legislación Laboral.

**Tabla 15. Cargas sociales (primer año)**

Puesto	Salarios primer año	Cargas sociales 26,33% primer año
vendedor		
vendedor		
cajero(administrador)	₪ 10.701.040,71	₪ 2.817.584,02

Fuente: Elaboración propia con base en MTSS (2017)

Por su parte, el cuadro siguiente muestra las provisiones por salario para los primeros 10 años:

**Tabla 16. Provisiones por salario para los primeros 10 años**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	₪ 10.701.040,71	₪ 10.866.471,21	₪ 11.034.459,14	₪ 11.205.044,04	₪ 11.378.266,07
Provisiones	₪ 2.229.026,78	₪ 2.263.485,95	₪ 2.298.477,84	₪ 2.334.010,67	₪ 2.370.092,82
Cargas sociales	₪ 2.817.584,02	₪ 2.861.141,87	₪ 2.905.373,09	₪ 2.950.288,10	₪ 2.995.897,45
Riesgo de trabajo	₪ 203.319,77	₪ 206.462,95	₪ 209.654,72	₪ 212.895,84	₪ 216.187,06
<b>Total gastos</b>	<b>₪ 15.950.971,29</b>	<b>₪ 16.197.561,98</b>	<b>₪ 16.447.964,79</b>	<b>₪ 16.702.238,64</b>	<b>₪ 16.960.443,40</b>

Detalle	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Salarios	₡ 11.575.459,21	₡ 11.840.884,02	₡ 12.112.395,02	₡ 12.390.131,76	₡ 12.674.236,98
Provisiones	₡ 2.411.168,15	₡ 2.466.456,14	₡ 2.523.011,88	₡ 2.580.864,44	₡ 2.640.043,56
Cargas sociales	₡ 3.047.818,41	₡ 3.117.704,76	₡ 3.189.193,61	₡ 3.262.321,69	₡ 3.337.126,60
Riesgo de trabajo	₡ 219.933,72	₡ 224.976,80	₡ 230.135,51	₡ 235.412,50	₡ 240.810,50
<b>Total gastos</b>	<b>₡ 17.254.379,49</b>	<b>₡ 17.650.021,72</b>	<b>₡ 18.054.736,02</b>	<b>₡ 18.468.730,39</b>	<b>₡ 18.892.217,64</b>

Fuente: Elaboración propia con base en MTSS (2017)

#### 4.3.5 Póliza de riesgo de trabajo

Según el artículo 193 del Código de Trabajo, todo patrono está obligado a asegurar a sus empleados contra riesgos de trabajo por medio del Instituto Nacional de Seguros, con el objetivo de que cuenten con ciertas indemnizaciones y beneficios en caso de sufrir alguna pérdida o daño como consecuencia de algunos de los riesgos de labor a los que se encuentran expuestos.

Una vez que el patrono haya suscrito la póliza, este debe presentar, mensualmente, ante el Instituto Nacional de Seguros un estado de planillas, el cual tiene que incluir el nombre y apellidos de los trabajadores, los días y las horas laboradas y los salarios pagados a cada uno de ellos. Dicha planilla se debe presentar ante el Instituto Nacional Seguros los primeros diez días hábiles del mes.

En el caso de que el patrono no cumpla con esta disposición, puede incurrir en ciertas sanciones; por ejemplo: pagar todas las prestaciones médicas y económicas en que el INS incurriría, si alguno de los trabajadores no reportados sufriera un accidente, suspensión temporal o cierre del establecimiento.

En este caso la sucursal en Zona Franca de El Coyol de Alajuela, la tasa de la póliza de riesgos de trabajo es de 1,90% del salario anual de los trabajadores.

#### 4.3.6. Cargas sociales

Según la legislación costarricense, todo patrono debe cumplir con el régimen de seguridad social para todos sus trabajadores, lo cual se realiza por medio de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS). Para cumplir con este aporte, el patrono tiene que inscribirse, formalmente, como tal ante esta institución.

Dicha inscripción y el aseguramiento de los trabajadores deben llevarse a cabo dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados, la cual constituye por sí misma la fecha en que da inicio la relación laboral.

El aporte del patrono corresponde a un 26,33% del salario de los trabajadores. Las cargas sociales que se deben cumplir son los siguientes:

**Tabla 17. Cargas sociales de la Caja Costarricense de Seguro Social**

<b>caja Costarricense de Seguro Social</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Patrono</b>	<b>Trabajador</b>	<b>Monto</b>
SEM	9,25%	5,50%	CO
IVM	5,08%	2,84%	CO
<b>TOTAL CCSS</b>	<b>14,33%</b>	<b>8,34%</b>	<b>CO</b>
<b>Recaudación Otras Instituciones</b>			
<b>Institución</b>	<b>Patrono</b>	<b>Trabajador</b>	<b>Monto</b>
Cuota Patronal Banco Popular	0,25%	-	CO
Asignaciones Familiares	5,00%	-	CO
IMAS	0,50%	-	CO
INA	1,50%	-	CO
<b>TOTAL OTRAS INSTITUCIONES</b>	<b>7,25%</b>	<b>-</b>	<b>CO</b>
<b>Ley de Protección al Trabajador (LPT)</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Patrono</b>	<b>Trabajador</b>	<b>Monto</b>
Aporte Patrono Banco Popular	0,25%	-	CO
Fondo de Capitalización Laboral	3,00%	-	CO
Fondo de Pensiones Complementarias	0,50%	-	CO
Aporte Trabajador Banco Popular	-	1,00%	CO
INS	1,00%	-	CO
<b>TOTAL LPT</b>	<b>4,75%</b>	<b>1,00%</b>	<b>CO</b>
<b>Total</b>			
	<b>Patrono</b>	<b>Trabajador</b>	<b>Total</b>
<b>PORCENTAJES TOTALES</b>	<b>26,33%</b>	<b>9,34%</b>	<b>35,67%</b>

Fuente: Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) (2017).

Se debe considerar que las planillas habrán de presentarse en los tres primeros días hábiles del mes siguiente, con la información del mes anterior. Por su parte, el pago correspondiente a estas debe hacerse, a más tardar, en la fecha en que lo especifique el comprobante de pago.

Además, es importante mencionar que, según la Ley de Protección al trabajador, es obligación del patrono realizar el pago de las cuotas con un máximo de 20 días naturales después del cierre mensual establecido por ley y, si incumple con esta obligación, puede incurrir en las sanciones que aplican para tales efectos.

Adicionalmente a las cargas sociales, el patrono también debe provisionar los pagos que debe realizar por concepto de aguinaldo, cesantía (5,33% de cesantía y 3% del Fondo de Capitalización Laboral) y vacaciones, detallados de la siguiente manera:

**Tabla 18. Provisiones legales**

Descripción	Porcentaje
Aguinaldo	8,33%
Cesantia y FCL	8,33%
Vacaciones	4,17%
<b>Total</b>	<b>20,83%</b>



Fuente: Asamblea Legislativa de Costa Rica (2017). Código de Trabajo.

#### **4.4 ESTUDIO FINANCIERO**

Dentro de los supuestos del estudio financiero se encuentra la inflación, la cual es un aumento sostenido en el nivel general de precios, frecuentemente medidos por un índice de precios al consumidor. La tasa de inflación es el cambio porcentual en el nivel de precios en un periodo determinado.

**Tabla 19. Inflación BCCR**

- Tasas de interés
- Tasa básica pasiva a final del mes

<u>Referencia, compra y venta</u>	
CR Colones por US Dólares	
Compra	573,82
Venta	586,43
TBP	4,55%
TED	2,19%
<u>En ventanilla</u>	
<u>Resumen MONEX</u>	

Fuente: Banco Central de Costa Rica (2017).

- ❖ La inflación utilizada para los diferentes cálculos en el presente estudio financiero es de un 4,55%, alineado al estimado del Banco Central de Costa Rica.
- ❖ Se tomará en consideración una proyección a 10 años, aunque el proyecto puede continuar por más tiempo.
- ❖ Los valores iniciales de los equipos requeridos serán los precios de mercado los cuales el dueño de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A, suministro esos datos.
- ❖ Se estima un aumento en los salarios de los trabajadores de un 0,77% semestral, el cual corresponde a la última inflación con la que cerró el país en el año 2016.

#### 4.4.1 Estudio de la banca nacional

Para el financiamiento del proyecto se averiguó sobre los distintos créditos que ofrecen tanto la banca privada como la del sector público, y se resumió en un cuadro para tomar la decisión final.

Para cumplir con la inversión inicial estimada, se contará con el financiamiento del Banco Nacional, porque tiene la mejor tasa de interés entre bancos del Estado, da mayor respaldo y seguridad para acceder a los pagos y liquidarlos. El valor del préstamo se solicitará por un valor de ₡ 15,000,000.00, dado que en este caso los otros 15,000,000.00, corren por cuenta del capital que tiene el dueño de la empresa, y se obtendría un monto mayor al cálculo de la inversión inicial para cubrir salarios de los primeros meses y gastos adicionales que no se hayan tomado en cuenta para la puesta en marcha de la sucursal.

**Tabla 20. Banca nacional**

Institución	Tasa de interés	Avaluos	Honorarios
Credito			
BAC San José	Interés anual, calculado con cuota nivelada		
Banco Nacional	TBP+4,55%	Según garantía	Según garantía
Banco Promerica S.A	18, 20% colones	\$250-\$1000	
Banco de Costa Rica	10,50%		
Scotiabank	TIE*+8% hasta TIE*+12%		

## 4.5 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial está por los activos fijos, y por otro lado, se detallarán los otros equipos requeridos y el capital de trabajo. Esta inversión inicial consiste en el monto estimado necesario para una adecuada apertura de la Sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela.

**Tabla 21. Inversión inicial**

Inversión inicial	Monto en colones
Alquiler de local	¢500.000,00
Mercadería	¢10.000.000,00
Máquina de prensado para hacer manguera	¢4.500.000,00
Equipo acetileno	¢60.000,00
Cortadora de mangueras	¢150.000,00
Máquina de soldar eléctrica	¢150.000,00
Banco para montar máquinas	¢40.000,00
Prensa banco	¢10.000,00
Esmeril	¢70.000,00
Taladro y esmeriladora	¢40.000,00
Esmeriladora	¢40.000,00
Herramientas	¢80.000,00
2 computadoras con instalación de todos los programas necesarios incluidos	¢1.000.000,00
Silla	¢25.000,00
2 bancos	¢30.000,00
Moto para envíos	¢1.450.000,00
Mostrador	¢2.000.000,00
<b>Total</b>	<b>¢20.145.000,00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.1 Detalle de inversión inicial

A continuación, se muestra en detalle la información utilizada para calcular la inversión inicial:

- Equipos requeridos:

Ahora se mostrará la lista de elementos que se tomaron en cuenta para calcular el total en equipos requeridos:

**Tabla 22. Equipos requeridos rubro monto colones**

Equipo	monto en colones
Máquina de prensado para hacer manguera	¢4.500.000,00
Equipo acetileno	¢60.000,00
Cortadora de mangueras	¢150.000,00
Máquina de soldar eléctrica	¢150.000,00
Banco para montar máquinas	¢40.000,00
Prensa banco	¢10.000,00
Esmeril	¢70.000,00
Taladro y esmeriladora	¢40.000,00
Esmeriladora	¢40.000,00
Herramientas	¢80.000,00
2 computadoras con instalación de todos los programas necesarios incluidos	¢1.000.000,00
Silla	¢25.000,00
2 bancos	¢30.000,00
Mostrador	¢2.000.000,00
Moto para envíos	¢1.450.000,00
<b>Total</b>	<b>¢9.645.000,00</b>

Fuente: Elaboración propia

- Cálculo del capital del trabajo

Se define como capital de trabajo la capacidad que tiene una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Este cálculo se realizó por medio del método del período de desfase, el cual ayuda a determinar el monto de la inversión en capital de trabajo que debe financiarse desde el momento en que se adquieren los insumos, hasta que se recupera el capital invertido por medio de la venta del producto o la prestación de un servicio.

Este método consiste en averiguar el costo total efectivo de producción anual proyectado (costos fijos + costos variables). Posteriormente, este se divide entre los 365 días que tiene el año para obtener el costo de producción promediado por día y, finalmente, esto se multiplica por el periodo de desfase (tiempo necesario para recuperar el efectivo):

$$CT = CO * COPD$$

Dónde:

- CT: Capital de trabajo
- CO: Número de días del periodo de desfase.
- COPD: Costo de funcionamiento promedio diario.

Además, en lo que se refiere al periodo de desfase, se considera que en el caso de la sucursal es bastante corto. Se estimó un periodo de 30 días de recuperación, considerando que, al tratarse de una empresa conocida y muy utilizada por distintas compañías, es posible que los primeros meses se logren ingresos importantes, puesto que comúnmente venden en grandes cantidades. Por lo anterior, el capital de trabajo estimado abarcará un mes de operación del negocio.

**Tabla 23. Capital de trabajo**

Descripción	Monto colones
Capital de trabajo	₡ 417.534,25
Total a invertir en capital de trabajo	₡ 417.534,25

Fuente: Elaboración propia

## 4.5.2 Costos

### 4.5.2.1 Costos fijos

Son aquellos en los que son necesarios incurrir para la obtención del negocio, pero que no se encuentran relacionados con el nivel de comercialización de la sucursal en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela.

Cabe destacar que no se tomarán en cuenta gastos de teléfono y de internet para la puesta en marcha de la sucursal.

#### Energía eléctrica

**Tabla 24. Costos fijos para 10 años**

Costos fijos	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Energía eléctrica	₡ 1.646.642,10	₡ 1.883.923,22	₡ 2.155.396,56	₡ 2.465.989,20	₡ 2.821.338,25
Agua	₡ 470.469,17	₡ 538.263,78	₡ 615.827,59	₡ 704.568,34	₡ 806.096,64
Alquiler	₡ 7.057.037,56	₡ 8.073.956,67	₡ 9.237.413,83	₡ 10.568.525,16	₡ 12.091.449,63
Patente comercial	₡ 102.525,13	₡ 103.037,75	₡ 103.552,94	₡ 104.070,70	₡ 104.591,06
Total costos fijos en colones	₡ 9.276.673,95	₡ 10.599.181,42	₡ 12.112.190,91	₡ 13.843.153,41	₡ 15.823.475,58

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2.2 Costos variables

Los costos variables son aquellos que varían en proporción al volumen total de la operación; en este caso por la prestación de un servicio.

**Tabla 25. Costos variables para 10 años**

Costos variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de limpieza	₡ 300.000,00	₡ 343.230,00	₡ 392.689,44	₡ 449.275,99	₡ 514.016,66
Total de costos fijos en colones	₡ 300.000,00	₡ 343.230,00	₡ 392.689,44	₡ 449.275,99	₡ 514.016,66

Costos variables	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Suministros de limpieza	₡ 588.086,46	₡ 672.829,72	₡ 769.784,49	₡ 880.710,43	₡ 1.007.620,80
Total de costos fijos en colones	₡ 588.086,46	₡ 672.829,72	₡ 769.784,49	₡ 880.710,43	₡ 1.007.620,80

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2.3 Costo total efectivo de producción

El siguiente cuadro muestra la suma de los costos fijos y los variables estimados para el primer año de funcionamiento del negocio, que constituye el costo total efectivo para el primer año.

**Tabla 26. Efectivo de producción para el primer año**

Descripción	Año1
Total costos fijos	₡ 7.180.000,00
Total costos variables	₡ 300.000,00
Costo efectivo en producción	₡ 7.480.000,00

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2.4 Cálculo de depreciación

Para el proyecto en curso se tomará en cuenta la depreciación de los equipos requeridos para el buen funcionamiento del negocio, los cuales serían los espejos, los estantes y las butacas. Todos estos tienen una vida útil de 10 años, y se depreciarán bajo el método de línea recta según la página del Ministerio de Hacienda 2017, en la cual detalla los años de depreciación de los diferentes activos.

**Tabla 27. Depreciación anual equipo requerido**

Rubro	Monto en colones	Vida útil	Depreciación anual
Máquina de prensado para hacer manguera	¢4.500.000,00	10	¢450.000,00
Equipo acetileno	¢60.000,00	10	¢6.000,00
Cortadora de mangueras	¢150.000,00	10	¢15.000,00
Máquina de soldar eléctrica	¢150.000,00	10	¢15.000,00
Banco para montar máquinas	¢40.000,00	10	¢4.000,00
Prensa banco	¢10.000,00	10	¢1.000,00
Esmeril	¢70.000,00	10	¢7.000,00
Taladro y esmeriladora	¢40.000,00	10	¢4.000,00
Esmeriladora	¢40.000,00	10	¢4.000,00
Herramientas	¢80.000,00	10	¢8.000,00
2 computadoras	¢1.000.000,00	5	¢200.000,00
Silla de escritorio	¢25.000,00	10	¢2.500,00
Mostrador	¢30.000,00	10	¢3.000,00
2 bancos	¢2.000.000,00	10	¢200.000,00
Moto para envíos	¢1.450.000,00	5	¢290.000,00
<b>Total depreciación</b>	<b>¢9.645.000,00</b>		<b>¢1.209.500,00</b>

Fuente: Elaboración propia

## 4.6 FLUJOS DE EFECTIVO

El flujo que se detalla a continuación es el resultado de todo el análisis realizado en los estudios de mercado, legal, administrativo y financiero, y es el utilizado para calcular su rentabilidad y pre factibilidad, en términos de valor actual y tasa interna de retorno.

Se hará énfasis en el flujo esperado de acuerdo con el análisis hecho en los previos estudios. Los flujos de efectivo en el presente proyecto se van a analizar a un plazo de 10 años.

En el presente flujo a partir del primer año y hasta el décimo dan resultados positivos; sin embargo, esto no es suficiente para determinar si el proyecto es rentable, para que se proceda al cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno.

Para el cálculo del VAN, se procedió a utilizar flujos deflactados con el propósito de verlos libres del impacto de inflación.

Y para el cálculo de la cuota se realizó de la siguiente manera:

Donde el plazo serían los 10 años que se están utilizando para proyectar los resultados, el interés el 9,1% anual que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, el capital los ₡15.000000,00, el resultado final del cálculo refleja la cuota de amortización y los intereses que se deben pagar a lo largo del préstamo.

**Tabla 28. Préstamo con el banco**

No. Cuota	Monto original	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo final
1	₡15.000.000,00	₡2.347.599,36	₡1.365.000,00	₡982.599,36	₡14.017.400,64
2	₡14.017.400,64	₡2.347.599,36	₡1.275.583,46	₡1.072.015,90	₡12.945.384,74
3	₡12.945.384,74	₡2.347.599,36	₡1.178.030,01	₡1.169.569,35	₡11.775.815,39

4	¢11.775.815,39	¢2.347.599,36	¢1.071.599,20	¢1.276.000,16	¢10.499.815,24
5	¢10.499.815,24	¢2.347.599,36	¢955.483,19	¢1.392.116,17	¢9.107.699,06
6	¢9.107.699,06	¢2.347.599,36	¢828.800,61	¢1.518.798,74	¢7.588.900,32
7	¢7.588.900,32	¢2.347.599,36	¢690.589,93	¢1.657.009,43	¢5.931.890,89
8	¢5.931.890,89	¢2.347.599,36	¢539.802,07	¢1.807.797,29	¢4.124.093,60
9	¢4.124.093,60	¢2.347.599,36	¢375.292,52	¢1.972.306,84	¢2.151.786,76
10	¢2.151.786,76	¢2.347.599,36	¢195.812,60	¢2.151.786,76	¢ -

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 29. Flujo de efectivo**

Flujo Neto de Efectivo					
Sucursal RM Industrial SOLIN S.A.					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingresos		¢40.320.000,00	¢42.336.000,00	¢44.452.800,00	¢46.675.440,00
<b>Costos operativos</b>					
Salarios anuales		¢10.701.040,71	¢10.866.471,21	¢11.034.459,14	¢11.205.044,04
Servicios públicos		¢1.080.000,00	¢1.235.628,00	¢1.413.681,99	¢1.617.393,57
Suministros de limpieza		¢300.000,00	¢343.230,00	¢392.689,44	¢449.275,99
Patente		¢100.000,00	¢114.410,00	¢130.896,48	¢149.758,66
Alquiler		¢6.000.000,00	¢6.864.600,00	¢7.853.788,86	¢8.985.519,83
Depreciación		¢1.209.500,00	¢1.209.500,00	¢1.209.500,00	¢1.209.500,00
<b>Utilidad antes de intereses e</b>		¢20.929.459,29	¢21.702.160,79	¢22.417.784,09	¢23.058.947,90
Intereses		¢1.365.000,00	¢1.275.583,46	¢1.178.030,01	¢1.071.599,20
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		¢19.564.459,29	¢20.426.577,34	¢21.239.754,07	¢21.987.348,70
Impuesto 30%		¢5.869.337,79	¢6.127.973,20	¢6.371.926,22	¢6.596.204,61
<b>Utilidad después de impuestos</b>		¢13.695.121,50	¢14.298.604,13	¢14.867.827,85	¢15.391.144,09
inversión inicial	¢20.145.000,00				
Capital de trabajo	¢614.794,52				
Amortización		¢982.599	¢1.072.016	¢1.169.569	¢1.276.000
<b>Flujo neto de efectivo</b>	¢(20.759.794,52)	¢12.712.522,14	¢13.226.588,23	¢13.698.258,50	¢14.115.143,93
<b>VAN 20%</b>		¢37.316.103,01	CMPC	20%	
<b>TIR</b>		64%			
<b>Inflación</b>		5%	5%	5%	5%
flujo neto de efectivo	¢(20.759.794,52)	¢12.076.896,03	¢12.565.258,82	¢13.013.345,58	¢13.409.386,73
<b>VAN</b>		¢34.412.308,13			
<b>TIR</b>		61%			

Flujo Neto de Efectivo						
Sucursal RM Industrial SOLIN S.A.						
	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	₡49.009.212,00	₡51.459.672,60	₡54.032.656,23	₡56.734.289,04	₡59.571.003,49	₡62.549.553,67
<b>Costos operativos</b>						
Salarios anuales	₡11.378.266,07	₡11.554.165,98	₡11.732.785,18	₡11.914.165,71	₡12.098.350,25	₡12.285.382,16
Servicios públicos	₡ 1.850.459,98	₡ 2.117.111,27	₡ 2.422.187,00	₡ 2.771.224,15	₡ 3.170.557,55	₡ 3.627.434,89
Suministros de limpieza	₡ 514.016,66	₡ 588.086,46	₡ 672.829,72	₡ 769.784,49	₡ 880.710,43	₡ 1.007.620,80
Patente	₡ 171.338,89	₡ 196.028,82	₡ 224.276,57	₡ 256.594,83	₡ 293.570,14	₡ 335.873,60
Alquiler	₡10.280.333,24	₡11.761.729,26	₡13.456.594,45	₡15.395.689,71	₡17.614.208,60	₡20.152.416,06
Depreciación	₡ 1.209.500,00	₡ 1.209.500,00	₡ 1.209.500,00	₡ 1.209.500,00	₡ 1.209.500,00	₡ 1.209.500,00
<b>Utilidad antes de intereses e</b>	<b>₡23.605.297,16</b>	<b>₡24.033.050,81</b>	<b>₡24.314.483,30</b>	<b>₡24.417.330,16</b>	<b>₡24.304.106,52</b>	<b>₡23.931.326,16</b>
Intereses	₡ 955.483,19	₡ 828.800,61	₡ 690.589,93	₡ 539.802,07	₡ 375.292,52	₡ 195.812,60
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>₡22.649.813,97</b>	<b>₡23.204.250,19</b>	<b>₡23.623.893,37</b>	<b>₡23.877.528,09</b>	<b>₡23.928.814,00</b>	<b>₡23.735.513,56</b>
Impuesto 30%	₡ 6.794.944,19	₡ 6.961.275,06	₡ 7.087.168,01	₡ 7.163.258,43	₡ 7.178.644,20	₡ 7.120.654,07
<b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>₡15.854.869,78</b>	<b>₡16.242.975,13</b>	<b>₡16.536.725,36</b>	<b>₡16.714.269,66</b>	<b>₡16.750.169,80</b>	<b>₡16.614.859,49</b>
inversión inicial						
Capital de trabajo						
Amortización	₡ 1.392.116	₡ 1.518.799	₡ 1.657.009	₡ 1.807.797	₡ 1.972.307	₡ 2.151.787
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>₡14.462.753,61</b>	<b>₡14.724.176,39</b>	<b>₡14.879.715,93</b>	<b>₡14.906.472,37</b>	<b>₡14.777.862,96</b>	<b>₡14.463.072,73</b>
<b>VAN 20%</b>						
<b>TIR</b>						
Inflación	5%	5%	5%	5%	5%	5%
flujo neto de efectivo	₡13.739.615,93	₡13.987.967,57	₡14.135.730,13	₡14.161.148,75	₡14.038.969,81	₡13.739.919,09
<b>VAN</b>						
<b>TIR</b>						

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.1 Ingresos

Con base en la entrevista realizada a la competencia directa sobre las ventas semanales, y por el hecho de que el negocio sea conocido por algunas empresas y de mucho interés para la mayoría de ellas, y tomando en cuenta que el 82% de la población encuestada está dispuesta a comprar en la nueva sucursal, se estima que la probabilidad de tener ventas semanales entre ₡850.000,00 y ₡1.000.000,00 por semana, en este caso de mangueras y fajas de todo tipo, los cuales son los productos de mayor demanda y con un costo más elevado, y los que se venden entre una cantidad cercana a los 40 y 50 contando ambos productos, pues se toma en cuenta que los valores de estos productos rondan entre los ₡15.000,00, ₡20.000,00 y ₡25.000,00., y además cabe mencionar que las ventas son estrictamente de contado.

Según lo mencionado en el estudio de mercado, para la política de determinación de precios, estos van a aumentar en un 5% por inflación.

A continuación, se detallan los totales de ingresos por entradas de admisión con base en la entrevista realizada a la competencia, y se espera ventas de 40 artículos entre mangueras y fajas de todo tipo, en un promedio de ventas de ₡ 20.000,00 cada uno de estos productos vendidos.

**Tabla 30. Ingreso estimado para 10 años**

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aumento 5%					
Demanda promedio semanal	42	44	46	49	51
Ingreso semanal	₡ 840.000,00	₡ 882.000,00	₡ 926.100,00	₡ 972.405,00	₡ 1.021.025,25
Ingreso mensual	₡ 3.360.000,00	₡ 3.528.000,00	₡ 3.704.400,00	₡ 3.889.620,00	₡ 4.084.101,00
Ingreso anual	₡ 40.320.000,00	₡ 42.336.000,00	₡ 44.452.800,00	₡ 46.675.440,00	₡ 49.009.212,00

Ingresos	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Aumento 5%					
Demanda promedio semanal	54	56	59	62	65
Ingreso semanal	₡ 1.072.076,51	₡ 1.125.680,34	₡ 1.181.964,36	₡ 1.241.062,57	₡ 1.303.115,70
Ingreso mensual	₡ 4.288.306,05	₡ 4.502.721,35	₡ 4.727.857,42	₡ 4.964.250,29	₡ 5.212.462,81
Ingreso anual	₡ 51.459.672,60	₡ 54.032.656,23	₡ 56.734.289,04	₡ 59.571.003,49	₡ 62.549.553,67

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.1.1 Valor actual neto

De acuerdo con la teoría, el VAN va a ser el resultado de restarles la inversión inicial a la suma de los flujos descontados, utilizando una tasa de descuento. Esta se llama así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, lo que significa traer los flujos al año cero, o sea, al momento inicial del proyecto para compararlos con la inversión inicial. Lo anterior equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra los

desembolsos necesarios para producir esas ganancias en términos de su valor equivalente al día de hoy.

En conclusión, para aceptar un proyecto de inversión, el VAN debe ser mayor que 0, lo que significa que las ganancias van a ser más grandes que los desembolsos.

Cabe mencionar que, al calcular el VAN, el evaluador tiene la posibilidad de escoger la tasa de descuento que considere adecuada. En el caso del presente proyecto, se decidió utilizar el costo de capital promedio ponderado, el cual corresponde a un 61%, según el cuadro mostrado para tales fines. Se considera que esta es una tasa de descuento adecuada, ya que está por encima de la inflación esperada y, por lo tanto, si el resultado diera 0, aun así, se podría tener la certeza de que el patrimonio está aumentando, ya que el negocio sería capaz de incrementar el dinero más allá de solo mantener su poder adquisitivo en el tiempo.

En el siguiente cuadro se puede observar el resultado del VAN calculado con los flujos deflactados. En este caso, el resultado es  $\text{C}\$34.412.308,14$ , lo cual expresa que el proyecto se puede aceptar y es atractivo para las inversionistas, más aún si se considera que la tasa de descuento se mantiene igual, lo que quiere decir que se le exige al plan una tasa de rendimiento alta.

### **Tabla 31. VAN-flujos de efectivo deflactado**

Flujo Neto de Efectivo						
Sucursal RM Industrial SOLIN S.A.						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto de efectivo	₡ (20.759.794,52)	₡ 12.712.522,14	₡ 13.226.588,23	₡ 13.698.258,50	₡ 14.115.143,93	
	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Flujo neto de efectivo	₡ 14.462.753,61	₡ 14.724.176,39	₡ 14.879.715,93	₡ 14.906.472,37	₡ 14.777.862,96	₡ 14.463.072,73
VAN 20%			₡ 37.316.103,01	CMPC	20%	
TIR			64%			

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, y solo como referencia, se procede a calcular el VAN con los flujos de efectivo sin deflactar, para tener una idea de la variación que existe en función del factor inflación en los flujos de efectivo.

**Tabla 32. VAN-flujos de efectivo sin deflactar**

Flujo Neto de Efectivo						
Sucursal RM Industrial SOLIN S.A.						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de efectivo	₡ (20.759.794,52)	₡ 12.076.896,03	₡ 12.565.258,82	₡ 13.013.345,58	₡ 13.409.386,73	₡ 13.739.615,93
	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Flujo neto de efectivo	₡ 13.987.967,57	₡ 14.135.730,13	₡ 14.161.148,75	₡ 14.038.969,81	₡ 13.739.919,09	
Inflación						5%
VAN						₡ 34.412.308,13
TIR						61%

Fuente: Elaboración propia

#### **4.6.1.2 Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa libre de retorno a diferencia del VAN establece una medición de la rentabilidad en términos porcentuales. La TIR si es superior a la tasa esperada expresará que el proyecto es rentable, y si es inferior o negativa, el proyecto no es rentable.

Por lo general, el TIR y el VAN presentan un comportamiento similar en cuanto a sus resultados, lo que significa que la decisión de utilizar el modelo se basa en qué término del análisis se va a utilizar, ya sea por números absolutos o relativos. Esto se explica ya que, si el VAN es positivo, la TIR va a llegar a presentar una tasa de descuento mayor, por cuanto se gana más de lo exigido, y viceversa. Si el proyecto hubiera arrojado un VAN 0 se ganaría exactamente lo que se quería ganar, entonces, la TIR proyectará lo mismo que la tasa de descuento.

Se crea el valor presente de los flujos, donde el VAN se hace cero. En el caso señalado a continuación, se puede ver la TIR sin inflación, lo que da un resultado de 61%, mientras que con inflación es del 64%.

**Tabla 33. Tasa interna de retorno sin deflactar**

Flujo Neto de Efectivo						
Sucursal RM Industrial SOLIN S.A.						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Flujo neto de efectivo	₡ (20.759.794,52)	₡ 12.712.522,14	₡ 13.226.588,23	₡ 13.698.258,50	₡ 14.115.143,93	
	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Flujo neto de efectivo	₡ 14.462.753,61	₡ 14.724.176,39	₡ 14.879.715,93	₡ 14.906.472,37	₡ 14.777.862,96	₡ 14.463.072,73
VAN 20%			₡ 37.316.103,01	CMPC	20%	
TIR			64%			

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 34. Tasa interna de retorno deflactado**

Flujo Neto de Efectivo						
Sucursal RM Industrial SOLIN S.A.						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de efectivo	₡ (20.759.794,52)	₡ 12.076.896,03	₡ 12.565.258,82	₡ 13.013.345,58	₡ 13.409.386,73	₡ 13.739.615,93
	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Flujo neto de efectivo	₡ 13.987.967,57	₡ 14.135.730,13	₡ 14.161.148,75	₡ 14.038.969,81	₡ 13.739.919,09	
Inflación						5%
VAN						₡ 34.412.308,13
TIR						61%

Fuente: Elaboración propia

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 CONCLUSIONES

Luego de finalizar con la investigación del proyecto y el cumplimiento de los objetivos, se procede en el siguiente apartado con las conclusiones de los resultados obtenidos en cada uno de los estudios realizados.

### **Estudio de mercado**

Mediante la realización de este estudio, se logró determinar la demanda para la cual se consideró la opinión de consumidores potenciales. Dicha información fue vital para determinar la muestra y aplicar la encuesta para considerar el mercado meta al cual se va a dirigir nuestro proyecto.

El estudio de mercado permite desarrollar los demás estudios que conforman el análisis de prefactibilidad, dado que es el que analiza la oferta, tanto del mercado proveedor como de la competencia, y la demanda de los productos y servicios que se pretenden ofrecer; posteriormente, esta información es clave para el cálculo de insumos, equipo, entre otros, que son críticos para un análisis suficiente para la toma de decisiones.

Este estudio permitió conocer que hay en la actualidad varias competencias indirectas, en lo que respecta a la sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, pues existen 3 competidores importantes de artículos industriales en el país, pero ninguno cerca de este sector. Esto representa un escenario bastante beneficioso para la sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A; sin embargo, es importante considerar que sí existe una pequeña cantidad de empresas y sucursales en la provincia de Alajuela, los cuales cuentan con varios años en el mercado y, por ende, gozan del reconocimiento y la fidelidad de sus clientes.

Sin embargo, pese al nivel de competencia, se concluye que la sucursal en la zona Franca de Alajuela, tiene una buena posibilidad de ser rentable, dado que la información obtenida fue aceptable, considerando que el 82 % de la población encuestada compraría en la nueva sucursal localizada en este sector. Con este dato la expectativa de una sucursal que vende este tipo de productos como proyecto de inversión es más viable. De igual forma, existe la posibilidad de que dicha demanda pueda incrementarse y así lograr posicionarse en el mercado.

La realización de este estudio muestra resultados favorables, los cuales expresan que existe capacidad para recibir semanalmente amplios pedidos, y basados en los datos obtenidos mediante la encuesta se demuestra que el 82% de los encuestados comprarían en una nueva sucursal.

El creciente desarrollo industrial que está experimentando la provincia de Alajuela se puede evidenciar dentro del porcentaje del crecimiento en metros cuadrados, y el cual fue para el 2014 un 10% mayor que el del año anterior, lo que abrió oportunidades para desarrollos de proyectos como el de estudio, ya que esto implicaría más posibles usuarios y por ende una mayor demanda.

Por otro lado, este estudio permitió conocer las distintas preferencias y necesidades de las empresas de esta zona; es decir, los aspectos que tienen mayor relevancia para ellos a la hora de decidir comprar en esta nueva sucursal, pues dentro de las consideraciones más importantes se encuentran los tiempos de entrega, procedencia y garantía. Dado que la sucursal se localizará en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela, el terreno tiene acceso a la calle principal lo que representa el ingreso al establecimiento o si alguna empresa desea localizarla lo lograría sin ningún inconveniente.

El precio que se fijó en dicho estudio para la compra de artículos industriales en la sucursal es de un 20% del costo original del artículo, por debajo del margen de utilidad promedio según los márgenes de ganancia que establece la Municipalidad de Alajuela de un 25%; esto como estrategia de mercado para atraer más demanda.

La calidad es un factor importante por considerar en nuestro estudio, pues nuestro servicio está dirigido a un mercado exigente por el tipo de máquinas que utilizan estas empresas; por tanto, hemos tomado las consideraciones necesarias para que la sucursal se establezca como una opción confiable para todas esas compañías que buscan credibilidad y respaldo en sus compras. Dentro de las mencionadas consideraciones están los términos de pago y la garantía, que se tramitará con los futuros proveedores para beneficio del cliente.

Según el presente estudio de mercado, la demanda en volumen de ocupación sería de un total de ventas considerables por semana. En total, la sucursal estaría preparada para vender más de ₡850, 000,00 hasta ₡1, 000, 000,00 en mercadería.

La Zona Franca de El Coyol de Alajuela es un lugar sumamente industrializado que ha crecido enormemente en los últimos años, lo cual constituye otro factor a nuestro favor. La encuesta aplicada permitió observar que una amplia cantidad de empresas encuestadas están identificadas con el concepto de artículos industriales que estos ofrecen. El estudio mostró que el sector en el que se debe enfocar la sucursal es en la venta de este tipo productos, ya que tan solo una pequeña cantidad consumen artículos automotrices en esta zona, pues un 91%, de las empresas consideraron para

este caso al mercado industrial como el potencial fundamental para que la sucursal logre los ingresos proyectados.

Tomando en consideración los datos obtenidos y analizando en detalle las consideraciones que representan la expectativa de una nueva sucursal en esta zona en específico es favorable, y de igual forma existe la posibilidad de que dicha demanda pueda incrementarse y así lograr posicionarse en el mercado.

### **Estudio técnico (Localización)**

El estudio técnico forma parte fundamental de esta investigación, ya que mediante los resultados obtenidos se logró recopilar información esencial para el establecimiento del negocio, aspectos importantes relacionados con las dimensiones y el tipo de local que se planea desarrollar para cumplir con las expectativas de los consumidores.

Con base en el estudio técnico, se concluye que las dimensiones del local destinado para el proyecto son adecuadas para el funcionamiento de dicho negocio.

Otra conclusión que se deriva del estudio técnico es que las edificaciones no ocuparían una gran parte de la inversión inicial, ya que el local se encuentra en buen estado y con espacios amplios para colocar la mercadería y las máquinas necesarias para cortar mangueras y adatar distintos tipos de fajas dependiendo de las necesidades del consumidor y poder, así de esta manera, atender a parte importante de los clientes, tanto conocidos como de las nuevas empresas las cuales están según la información suministrada, están dispuestas a comprar en la nueva sucursal.

### **Estudio legal**

Por medio del estudio legal, se concluyó que existe una serie de requisitos indispensables para el legítimo funcionamiento de la sucursal, a saber, las instituciones relacionadas son:

- Registro Nacional
- Ministerio de Hacienda
- Caja Costarricense del Seguro Social
- Ministerio de Salud
- Instituto Nacional de Seguros

### **Estudio financiero**

Por su parte, el estudio financiero permitió llegar a las siguientes conclusiones:

Inversión inicial

Por su parte, el estudio financiero permitió llegar a las siguientes conclusiones:

Una vez realizada la investigación, se llegó a la conclusión de que para el desarrollo del proyecto se requiere de una inversión inicial de ₡20.145.000.

El 50% de la inversión inicial es la compra de la mercadería, con un valor de ₡10.000.000.000; el restante 50%, que son ₡10.145.000 colones, dicho monto contempla alquiler del local, equipo necesario para adaptar los distintos productos que trabaja esta empresa, computadoras para llevar un alista del inventario y costo como tales y el cálculo del capital de trabajo. Cabe mencionar que este proyecto contempla parte del financiamiento dado por el Banco Nacional de Costa Rica, ya que cuenta con una de las mejores opciones para préstamo empresarial en el mercado.

Además, se concluyó que los márgenes de rentabilidad son aceptables para el tipo de industria por explorar, y es para el primer año de un 55%, lo que exime al proyecto de operar con pérdidas ni siquiera el primer periodo.

Se concluyó que el periodo ideal para el presente proyecto es 10 años.

El valor actual neto analizado mediante el flujo neto de efectivo es positivo.

Otra conclusión importante, es que además de ser positivo el VAN, el monto total es de ₡37, 316, 103,01 que representa un 20% con respecto a la inversión inicial.

La siguiente conclusión obtenida del flujo neto de efectivo, es que la tasa interna de retorno es del 64%.

Por tanto, la conclusión que permite llegar el presente estudio es que estamos en presencia de un proyecto totalmente viable.

De las conclusiones anteriores se desprende esta última, que demuestra que financieramente el presente proyecto es viable.

Por lo expuesto anteriormente sobre las conclusiones de todos los estudios, se determina que hay una demanda insatisfecha para las empresas de la Zona Franca de El Coyol de Alajuela cuyas necesidades de variedad, calidad y precio no han sido atendidas aún. El proyecto es óptimo, ya que permitirá un mayor crecimiento del mercado en la zona, generando mayor movimiento del dinero en el mercado, lo que, a su vez, permite un mayor crecimiento de la economía del país.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

En este trabajo se mencionarán diversas recomendaciones sobre actividades que no fueron tomadas en cuenta en el transcurso de la investigación, así como

nuevas propuestas con el fin de que el negocio siempre se dirija a la búsqueda de mejoras y, a lo largo del tiempo, mantenga su estabilidad.

### **Estudio de mercado**

Una recomendación que es de gran relevancia en un negocio es no perder de vista la demanda, así como la oferta; por lo tanto, se deben ejecutar planes de acción, donde se realicen estudios cada cierto tiempo con el propósito de medir si la demanda disminuye, se mantiene o aumenta. Esta variable va ligada a la oferta, ya que, dependiendo de este resultado, se determina si se debe ofertar más, menos o mantener el nivel que se planteó al inicio de esta investigación.

Por otro lado, el precio es una variable que no puede perderse del enfoque, ya que estos son muy volátiles; es decir, pasan cambiando constantemente y el no tomarlo en cuenta podría generar una disminución en los ingresos del negocio, lo que motiva como consecuencia crear estudios con datos desactualizados y alejarnos de la realidad.

Al ser un negocio con poca competencia directa, genera una responsabilidad mayor por lo que captaría un mayor mercado de consumidores de manera constante, una forma de lograrlo es mediante la publicidad y promoción ya sea el colocar vallas en lugares estratégicos con información llamativa sobre la sucursal y su amplia línea de productos, redes sociales entre otros, esto con el objetivo de que el cliente esté al tanto del respaldo y la calidad de sus productos y así puedan tomar en cuenta a la sucursal como un proveedor importante a la hora de tomar una decisión de comprar estos artículos.

Otra recomendación es que los servicios ofrecidos sean siempre de calidad, así como implementar la innovación hacia una mercadería innovadora y única,

tomando siempre en cuenta las preferencias de los clientes, esto con el fin de procurar la satisfacción de estos.

### **Estudio técnico (localización)**

Se recomienda estar pendientes de nuevas necesidades y tiempos de envío, los cuales pueden posicionar a la empresa y la nueva sucursal como tal un punto importante para muchas empresas, ya que es trascendental contar en este caso con uno de los puntos más fuertes de RM Industrial SOLÍN S.A contar con un lugar óptimo para poder elaborar todo tipo de fajas especiales, las cuales hoy en día es la única empresa que las distribuye en todo el país. Asimismo, es importante considerar los avances en la tecnología, ya que se podría utilizar maquinaria y equipo más avanzado y así aumentar en mayor medida la productividad y el tamaño de la sucursal, para atraer de esta misma manera una demanda importante de clientes.

### **Estudio legal**

Mantener vigente y al día toda documentación, así como las obligaciones relacionadas con el correcto funcionamiento de la sucursal, a fin de evitar sanciones económicas o el mismo derecho de funcionamiento.

### **Estudio financiero**

Optimizar el empleo de insumos en mantenimiento y aseo a fin de controlar costos, y en la medida de lo posible disminuir esos costos.

Valorar la implementación de alianzas estratégicas con diferentes proveedores para adquirir insumos de calidad, pero a precios razonables con el objetivo de que el negocio genere una utilidad mayor o igual a la esperada.

Valorar opciones de financiamiento que sean acordes con la rentabilidad mínima esperada.

El proyecto de la sucursal de venta de artículos industriales y automotrices también puede considerar utilizar el indicador de período de recuperación, no solamente el VAN y el TIR, para evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el período de recuperación de la inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como el riesgo relativo, pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

En el presente proyecto de inversión se debe considerar y determinar cuáles podrían ser los riesgos mayores que pueden afectar la sucursal tales como, por ejemplo:

- Competencia: este estudio permitió conocer que hay en la actualidad una competencia indirecta en lo que respecta a sucursal, pues existen otras empresas en las afueras de esta zona, que distribuyen gran cantidad de productos a estas compañías, por lo cual es necesario innovar y ofrecer un mejor servicio y bajos precios para poder incurrir de una manera más provechosa e inteligente, para así lograr un mejor posicionamiento dentro del mercado actual.
  
- Variaciones en la economía: en la economía costarricense la inflación presenta fluctuaciones importantes no solo en términos de precios, sino también en las tasas de interés bancaria. Estos efectos pueden afectar el poder adquisitivo e incentivar a una economía como la nuestra hacia el ahorro, limitando el consumo sobre aquellos que puedan adquirirse de igual manera. Con el fin de poder mitigar los efectos de los riesgos dichos anteriormente, se deben establecer medidas de contingencia que enmarquen el entorno externo como interno del servicio.

- Comportamiento de la demanda: el comportamiento de la demanda juega un papel importante en la evaluación de proyectos. La determinación de la demanda implica evaluar el comportamiento de los individuos en relación con los principales factores determinantes de ella como lo son tiempos de envío, calidad y procedencia y precio, entre otros. Dado que el tipo de servicio brindado por la sucursal es de suma importancia por el tipo de productos distribuye, esto se debe a que es importante considerar que muchas de estas empresas a la hora de adquirir este tipo de productos siempre les es de su importancia el respaldo y la calidad que estos les puedan brindar a sus fábricas.
  
- Tasa de incremento con respecto a la demanda: esto sería el riesgo de tener mucha clientela y no poder abarcar a toda la clientela. Por esta razón, surgió la idea de que la Empresa RM Industrial SOLÍN S.A debía expandirse para abarcar la demanda en la zona.
  
- Mantenimiento de la infraestructura: el mantenimiento de la edificación en el presente proyecto no representa un valor considerable, pero pese a ello se debe valorar la idea de a futuro comprar o construir un local propio. Dependiendo de las utilidades disponibilidad de terreno y ubicación. Por tanto, se debe valorar la implementación de alianzas estratégicas con proveedores de mercadería permitan obtener insumos o equipo de igual calidad, pero a un menor costo o aminorar la productividad para así generar mayores utilidades.

Por otra parte, es importante contemplar diversos escenarios de sensibilización para la demanda, el precio y el costo con el fin de minimizar posibles riesgos. Esta técnica permite contemplar en el futuro situaciones para las distintas variables riesgosas que afectan la inversión.

Cada escenario estará determinado por los valores que supuestamente tomarían las diferentes variables y sobre ello se ilustrarán tres escenarios: optimista, medio y pesimista.

Cuando se evalúa un proyecto de inversión, es difícil tratar de predecir qué puede ocurrir en el futuro, y cómo se van a comportar las distintas variables que forman parte de este. De lo anterior, surge la necesidad de elaborar diferentes escenarios o circunstancias que pudieran presentarse durante la ejecución del proyecto. Estos escenarios o situaciones se relacionan con aspectos económicos, políticos, sociales, ambientales y legales que afectan de manera directa la evolución del proyecto y lo ponen en riesgo.

El objetivo de estos análisis de sensibilización es tener una visión más cercana de lo que pudiera ocurrir, para tratar de implementar algunas soluciones establecidas con anterioridad pues, al considerar las variables, no se tiene control sobre algunas de ellas.

**CAPÍTULO VI**  
**PROPUESTA**

## **Introducción**

A causa de la investigación realizada para la apertura de una nueva sucursal por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A en la Zona Franca de El Coyoil de Alajuela se establece una propuesta para que la compañía logre expandirse en diferentes partes del país.

## **Objetivo general**

Determinar la inversión económica para la apertura de un nuevo local de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A.

## **Objetivos específicos**

1. Establecer la demanda potencial de mercado y las distintas estrategias para la venta de artículos automotrices e industriales.
2. Estimar la rentabilidad y viabilidad financiera de la apertura de la sucursal.
3. Determinar el lugar y las condiciones competitivas requeridas para el nuevo local.
4. Evaluar los requerimientos legales para poner en funcionamiento la sucursal.

## **Datos de la nueva sucursal**

- Nombre de la sucursal: RM Industrial SOLÍN S.A.

Misión: es atender las necesidades de sus clientes, proporcionando el asesoramiento y servicios de calidad necesarios para el tratamiento y manipulación de materiales a granel, automatización y control de procesos industriales y brindar soluciones personalizadas en las distintas y variadas aplicaciones del mercado industrial y automotriz

Visión: Su reto es convertirse en un grupo industrial y automotriz, donde el compromiso total con el cliente, las alianzas y la agilidad en los distintos procesos los hagan ser un referente en dicho sector.

### **Logo de la empresa**

Según lo estudiado y las tendencias, para los diseños se utilizan formatos diferentes apelando a los sentidos del cliente. Además, se sigue con la línea gráfica y colores del logotipo acorde con la empresa la cual se baso en un diseño que fuera facil de recordar e identificar para los consumidores.

Este logo esta basado en el sobrenombre del dueño de RM Industrial SOLIN S.A, el cual muchos de sus consumidores actuales asocian la imagen de la iguana con la empresa a la hora de ubicarlos o al realizar alguna consulta sobre ellos.



Fuente: Elaboración RM Industrial SOLÍN S.A. (2006)

La Zona Franca de El Coyol, ubicada en la provincia de Alajuela alberga una cantidad importante de empresas industriales no solo en este sector sino en

todos sus alrededores, este parque industrial será el más grande de Centroamérica y albergará a más de 80 empresas, principalmente extranjeras y de sectores como tecnología, servicios y fabricación de implementos médicos, entre otros. En este parque industrial se ubican compañías de origen local o extranjero.

Después de analizar estas condiciones surgió la idea de investigar más a fondo el mercado para determinar la factibilidad para la apertura de una sucursal en la Zona Franca de El Coyol de Alajuela por parte de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A. En Costa Rica existe escasa cantidad de compañías que se encargan de vender y distribuir productos industriales; por otra parte, su demanda aumenta día con día, a pesar de que también se exportan cantidades importantes desde diferentes partes del país.

Posterior a realizar los estudios correspondientes principalmente estudio de mercado, financiero y administrativo se logró determinar que existe un gran potencial para la implementación de una sucursal en la provincia de Alajuela para este tipo de negocio, dado su concepto innovador en la distribución de productos industriales de todo tipo, desde mangueras hidráulicas e industriales para aire, agua, sistemas neumáticos, hasta una faja especial de cualquier tipo y medida, dependiendo de las necesidades del cliente lo cual los ha convertido en la única empresa de este tipo en todo el país en distribuir este tipo fajas.

### **Estrategias de mercado**

Con la finalidad de alcanzar la mayor rentabilidad y estabilidad posible se llevarán a cabo las siguientes actividades: Diseño de estrategias de mercadeo que permita atraer a las empresas más importantes de la Zona de El Coyol de

Alajuela, mediante actividades, diseño y decoración del local comercial que se ajuste a este segmento de mercado.

Se plantea realizar campaña de publicidad orientada a dar a conocer las características más sobresalientes que le puede brindar esta sucursal, mediante redes sociales principalmente *Facebook* creando un perfil más dinámico al cual se le debe dar seguimiento diario, con la finalidad de medir el impacto de dicha estrategia; además, se atenderá a muchas de las personas o empresas interesadas aclarando sus distintas dudas de la manera correspondiente.

Dentro de lo aplaneado, se va a diseñar un rótulo el cual se colocará en la entrada principal de la propiedad con el nombre de "Sucursal RM Industrial SOLÍN S.A." el cual tendrá un tamaño apropiado que permita la visibilidad a los residentes y a las personas que transitan por esa vía.

Se recomienda realizar volanteo en las zonas más transitadas de El Coyol de Alajuela, por ejemplo: paradas de bus, fuera de las empresas de la zona y a los diferentes usuarios que transitan cerca de la carretera Bernardo Soto. Es importante que en la información proporcionada se enfoque en la garantía y el respaldo de estos productos: calidad, amplia gama, entre otros. Además, como elemento principal del impreso se debe enfatizar que se trata de un producto garantizado. Serán volantes de 8,5' x 5,5' impresión *full color* a dos caras, en papel *couche* 150gr. En el impreso deben especificarse las características de los productos principales, enfocarse en que se trata de un proyecto de expansión y dónde pueden adquirirlo dentro esta zona.

Posteriormente se tiene previsto enviar a todas las empresas de esta zona o en su mayoría, un correo con la información sobre la nueva sucursal y su amplia línea de productos para lograr que muchas más compañías conozcan acerca de

la sucursal y los distintos productos que ofrecería referente al mercado industrial y automotriz.

Se implementarán programas de lealtad, con descuentos para clientes frecuentes, además, promociones que permitan dar a conocer el producto en esta zona, incentivando el consumo regular de artículos industriales en este caso, dado que son los productos que se venden en mayor cantidad, esto se dará mediante promociones en el precio, principalmente de cierto volumen de compra. Por cuanto se mantendrá dentro de la medida posible contar con un inventario de emergencias para las distintas necesidades de los consumidores.

Se resaltarán características como calidad, tiempos de espera reducidos, marcas confiables y garantías de cada uno de los productos que se entregan al consumidor, y por consiguiente, se mantendrán los altos estándares de servicio al cliente, precios acordes al segmento de mercado, así como una estricta limpieza en el local comercial, respetando y cumpliendo a cabalidad las diferentes normas y procedimientos emanados en materia de salud pública.

Otro punto importante por resaltar es mejorar el servicio exprés, el cual debe cumplir con las expectativas de rapidez, calidad y garantía del producto adquirido, el cual se brindará a una distancia máxima de 15 kilómetros de distancia dentro del rango promedio manejado; sin embargo, en función del cliente podrá ser valorado una distancia mayor concorde con la necesidad de inmediatez de entrega del caso, dichos servicios se otorgarán en horario de 8 a.m. a 6 p.m., además se contará con un mensajero extra disponible para este tipo de emergencias anteriormente mencionadas.

### **Localización y diseño de la nueva sucursal**

Se plantea estar pendiente de las nuevas necesidades y tiempos de envío dentro de esta nueva zona, los cuales pueden posicionar a la empresa y la nueva sucursal como un punto importante como tal para muchas compañías.

El tamaño del terreno es de 300 m<sup>2</sup>. En dicho terreno se alquilará el local para la sucursal de la empresa RM Industrial SOLÍN S.A. en la Zona de El Coyol de Alajuela, con espacio para parqueo de visitantes hasta 5 autos, para que algunos de estos clientes puedan estacionarlos allí.

El local comercial debe estar equipado con un baño, una cocina para uso de los empleados, un espacio amplio para la colocación de las máquinas que adaptan las distintas fajas y mangueras que se producen día a día.

### **Requisitos legales**

Se tiene planteado llevar un control regulatorio con el objetivo de mantener vigente y al día toda documentación desde patentes, permisos municipales, pólizas, trámites ante el Ministerio de Hacienda y estar al día con los pagos de la CCSS, para no reflejar en ningún momento morosidad con esta entidad, así como cumplir con las obligaciones relacionadas con el correcto funcionamiento de la sucursal, a fin de evitar sanciones económicas o el mismo derecho de funcionamiento. En este caso no será necesario que la sucursal se escriba en el Registro Público, dado que, la empresa se encuentra desde el 2005 debidamente inscrita.

### **Estudio financiero**

Dentro de este punto, uno de los objetivos importantes es optimizar el consumo de insumos en mantenimiento y aseo, a fin de controlar costos, y en la medida de lo posible disminuir estos costos.

Se implementarán alianzas estratégicas con diferentes proveedores para adquirir insumos de calidad, pero a precios razonables con el objetivo de que el negocio genere una utilidad mayor o igual a la esperada.

Valorar opciones de financiamiento que sean acordes con la rentabilidad mínima esperada.

Para este proyecto se considera utilizar el indicador de período de recuperación para evaluar los distintos proyectos de inversión midiendo de tal manera tanto la liquidez del proyecto como el riesgo relativo, para anticipar cualquier evento a corto plazo.

#### **Presupuesto para promocionar la sucursal**

Este presupuesto va enfocado principalmente para promocionar a la sucursal mediante la entrega de volantes y colocación de rótulo en la parte frontal del local.

**Tabla 35. Presupuesto para promoción de la sucursal**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTOS</b>
<b>Rotulación de la sucursal</b>	
Rótulo frontal del local	₪ 800,000
<b>Volanteo</b>	
Impresión de 1000 volantes	₪ 100,000
Volanteo	₪ 150,000
<b>TOTAL</b>	₪ 1,050,000

Fuente: elaboración propia

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros y documentos consultados

Baca, G., (2010), Graw – Hill. *Evaluación de proyectos*. (4ª. ed.). México: Editorial Mc

Baca, G., (2010), Graw – Hill. *Ingeniería económica*. México: Editorial Mc

Franklin, B., (2011), *Organización de empresas*. (2.da edición) Mc Graw Hill.

Fleitman, J., (2013), *Negocios exitosos*. McGraw- Hill.

Gitman, L., *Principios de administración financiera*. (10ª ed.). México: Editorial Pearson Educación.

Gitman, Lawrence J. A., (2010), *Principios de administración financiera*. (11. Ed.).

La Gaceta Digital, (enero, 2016) Recuperado de. <http://www.gaceta.go.cr/>

Porter, H., (2012), *Cómo las fuerzas competitivas le dan forma a la estrategia*.

Sapag Chain, N. R., (2014), *Preparación y evaluación de proyectos*. (ed.) Colombia: Editorial Mc Graw – Hill. 5ª

Kotler, Phillip y Armstrong, Gary, (2013), *Fundamentos de marketing*. (11ª ed). México: Editorial Pearson Educación.

Thompson, J., (2010), *Evaluación de proyectos*. 5ta Edición México, McGraw-Hill, 2010.

### Leyes y reglamentos

- Código de Comercio.
- Código de Trabajo.
- Código Tributario.
- Constitución Política de Costa Rica.

## ANEXO

### Anexo # 1: Encuesta realizada.

El siguiente cuestionario tiene como fin captar la información para determinar si es factible la apertura de la Sucursal en la zona franca del Coyol de Alajuela.

La información que usted nos brinde será de gran provecho para la realización de esta investigación y además será totalmente confidencial.

Se le agradecería que seleccione solamente un ítem, marcando con una X dentro del espacio correspondiente.

Buenos días soy estudiante Universitario y estoy realizando una investigación con fines académicos. Por lo tanto, le agradecería si pudiera contar con su colaboración en la verificación de algunos datos. La información brindada será manejada con completa confidencialidad.

### Cuestionario

1. ¿Conoce acerca de la empresa RM Industrial SOLIN S.A.?  
SI (    )                      NO (    )
2. ¿Ha escuchado de los servicios y productos que vende esta empresa?  
SI (    )                      NO (    )
3. ¿Son de interés para ustedes este tipo de productos industriales o automotrices?  
SI (    )                      NO (    )
4. ¿ustedes utilizan Fajas, Mangueras y fitineria?
5. SI (    )                      NO (    )                      EN OCASIONES (    )

6. ¿Compra este tipo de productos usualmente?

SI (    )                      NO (    )                      EN OCASIONES (    )

7. ¿Con que frecuencia ustedes adquieren productos industriales o automotrices?

---

8. ¿A qué empresas normalmente usan para la compra de estos insumos?

---

9. ¿Dónde están ubicadas estas empresas (competidoras)?

---

10. ¿Conoce usted otra empresa en la zona franca del Coyol de Alajuela que venda este tipo de productos?

SI (    )                      NO (    )                      EN OCASIONES (    )

11. ¿Le gustaría tener un nuevo proveedor con mejores precios y un mejor servicio?

SI (    )                      NO (    )

12. ¿Cómo parte del servicio de las empresas RM les es conveniente contar con un suplido cercano a la zona?

SI (    )                      NO (    )

13. ¿Hacia que mercado están orientadas sus compras?

---

14. Antes de adquirir un producto, ¿cuál de estos factores es el más importante?

Su marca ( ) Su precio ( ) Su garantía ( ) Su procedencia ( ) tiempo de entrega ( )

15. ¿En cuanto a la calidad de los artículos que ustedes compran usualmente, consideran que ha sido buena?

SI ( ) NO ( ) EN OCASIONES ( )

16. ¿En casos de reemplazo de alguna parte o producto como tal, usted adquiere la misma marca del producto?

SI ( ) NO ( ) EN OCASIONES ( )

17. ¿Cuál es el consumo de productos que ustedes hacen?

---

18. ¿Le interesaría que estuviéramos dentro de la zona franca del Coyol de Alajuela?

SI ( ) NO ( ) EN OCASIONES ( )

19. ¿Qué es lo que más te gusta de los productos de los competidores disponibles actualmente de otras compañías? ¿Cuáles son los que más compran?

---

20. ¿Le gustaría recibir información de la empresa?

SI ( )

NO ( )

EN OCASIONES ( )

21. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de la empresa?

Correo electrónico ( )

mensaje de texto ( )

otro ( )