

**UNIVERSIDAD
HISPANOAMERICANA**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

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

*Tesis para optar por el grado académico de
Licenciatura*

**LOS FACTORES ECONÓMICOS Y
FINANCIEROS QUE DETERMINAN LA
VIABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO D'KAI
EN TIBÁS, COSTA RICA, DURANTE EL
TERCER CUATRIMESTRE DE 2024**

ANDRÉS FRANCISCO RIVERA VARELA

Mayo, 2025

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	ii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
AGRADECIMIENTOS	ix
DEDICATORIA	x
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	xi
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.1 Antecedentes Internacionales Y Nacionales.....	14
1.1.2 Delimitación Del Problema.....	20
1.1.3 Justificación	21
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	23
1.2 OBJETIVOS.....	23
1.3.1 Objetivo General.....	23
1.3.2 Objetivos Específicos.....	24
1.3.3 Alcances Y Limitaciones	24
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	28
2.1 MARCO TEÓRICO	29
2.1.1 Ciclo de vida del emprendimiento.....	29
2.1.2 Teoría de la demanda y la oferta.....	33
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	35
2.2.1 Estudio de Factibilidad.....	35
2.2.2 Estudio Técnico.....	45
2.2.3 Estudio legal.....	45
2.2.4 Estudio de Mercado.....	46
2.2.5 Estudio Financiero.....	50
2.2.6 Distribución	68
2.3 MARCO CONTEXTUAL.....	70
2.3.1 Historia de D´kai.....	70
2.3.2 Misión y Visión	71
2.3.3 Organigrama	72

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	74
3.1. Enfoque.....	75
3.2. Alcance	76
3.2.1 Alcance descriptivo.....	77
3.2.2 Alcance exploratorio	77
3.2.3 Alcance correlacional.....	78
3.3. Diseño.....	78
3.3.1. Diseños experimentales.....	79
3.3.2. Diseños factoriales	80
3.3.3. Diseños no experimentales	81
3.4. Unidad de análisis u objeto de estudio.....	82
3.4.1. Población	83
3.4.2. Tipo de muestra.....	83
3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión.....	85
3.4.4. Consideraciones éticas	86
3.5. Instrumentos para la recolección de la información.....	87
3.6. Variables	90
3.6.1. Definición conceptual.....	90
3.6.2. Definición operacional.....	90
3.7. Estrategia de análisis de los datos	92
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	94
4.1 Objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024	95
4.1.1 Resultados de la entrevista a proveedores	95
4.1.2 Resultados del análisis financiero.....	98
4.2 Objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.....	100
4.2.1 Resultados de la encuesta a posibles clientes	101
4.3 Objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados	115
4.3.1 Resultados de la entrevista al experto en economía.....	115
4.3.2 Análisis financiero de factores económicos clave	117

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	145
5.1 Discusión del objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024	146
5.2 Discusión del objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.....	147
5.3 Discusión del objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.	148
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	150
6.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	160
6.2. ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESARROLLARÁ	160
6.3. OBJETIVOS	160
6.3.1. Objetivo general de la propuesta.....	160
6.3.2. Objetivos específicos de la propuesta.....	160
6.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES	161
6.4.1. Cronograma Diagrama de Gantt.....	162
6.5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS FASES DE LA PROPUESTA	163
6.5.1. Actividad N.º1- Inscripción de la sociedad ante notario.....	163
6.5.2. Actividad N.º2-Trámite de uso de suelo	163
6.5.3. Actividad N.º3- Gestión del financiamiento.....	163
6.5.4. Actividad N.º4-Supervisión técnica y cumplimiento legal.....	163
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	150
7.1 Conclusiones.....	151
7.1.1 Conclusiones del objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024	151
7.1.2 Conclusiones del objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada	152
7.1.3 Conclusiones del objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.....	153
7.2 Recomendaciones	154
7.2.1 Recomendaciones del objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024	154
7.2.2 Recomendaciones del objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.....	155

7.2.3 Recomendaciones del objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.....	156
REFERENCIAS	165
Anexos	177
Anexo 1 Entrevista a proveedores	177
Anexo 2 Encuesta a potenciales clientes	178
Anexo 3 Entrevista a expertos económicos.....	181

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Criterios de Inclusión y Exclusión	86
Tabla 2 Técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	89
Tabla 3 Variables del proceso investigativo.....	91
Tabla 4 Cálculo de inversión inicial y costos operativos del emprendimiento D´Kai.....	98
Tabla 5 Género	101
Tabla 6 Rango de edad.....	102
Tabla 7 Interés en comprar productos o servicios similares en un futuro cercano	103
Tabla 8 Precio razonable para el producto.....	104
Tabla 9 Expectativas y necesidades del producto o servicio	106
Tabla 10 El producto o servicio cubre necesidades actuales.....	107
Tabla 11 Recomendación del producto o servicio.....	108
Tabla 12 Compra del producto	109
Tabla 13 Selección del producto por calidad	110
Tabla 14 Promociones o descuentos	113
Tabla 15 Frecuencia de compra	114
Tabla 16 Amortización de deuda para el emprendimiento D´Kai	118
Tabla 17 Cálculo de punto de equilibrio para el emprendimiento de D´Kai.....	119
Tabla 18 Cálculo del escenario normal para el emprendimiento D´Kai	122
Tabla 19 Cálculo del escenario optimista del emprendimiento D´Kai	124
Tabla 20 Cálculo del escenario estresado del emprendimiento D´Kai.....	127
Tabla 21 Flujo en el escenario normal del emprendimiento D´Kai	130
Tabla 22 Flujo del escenario optimista del emprendimiento D´Kai	133
Tabla 23 Flujo del escenario estresado del emprendimiento D´Kai.....	135
Tabla 24 Cálculo del EVA para el emprendimiento D´Kai.....	137

Tabla 25 Cálculo del TIR y el VAN del emprendimiento D´Kai.....	138
Tabla 26 Análisis DUPONT del emprendimiento D´Kai.....	140
Tabla 27 Cronograma de actividades y responsables.....	161
Tabla 28 Cronograma de Gantt	162

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Planificación de emprendimiento.....	30
Figura 2 Ventajas competitivas.....	66
Figura 3 Canal de distribución.....	69
Figura 4 Organigrama.....	72
Figura 5 Género.....	101
Figura 6 Rango de edad de los participantes.....	102
Figura 7 Interés en comprar productos o servicios similares en un futuro cercano.....	103
Figura 8 Precio razonable para el producto.....	105
Figura 9 Expectativas y necesidades del producto o servicio.....	106
Figura 10 El producto o servicio cubre necesidades actuales.....	107
Figura 11 Recomendación del producto o servicio.....	108
Figura 12 Compra del producto.....	110
Figura 13 Selección del producto por calidad.....	111
Figura 14 Relación calidad precio.....	112
Figura 15 Promociones o descuentos.....	113
Figura 16 Frecuencia de compra.....	114

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por permitirme estar con vida y poder ver realizado mi sueño profesional.

A mi familia que nunca me abandonó y siempre me apoyó en cada una de mis decisiones y que también con sus consejos me ayudan a ser una mejor persona.

A mi novia que ha sido parte fundamental de este proceso, su apoyo y comprensión han sido fundamentales para dar por concluido este proyecto.

DEDICATORIA

Primeramente, le dedico la elaboración de este proyecto a Dios, que me brinda la sabiduría y que me ha guiado en el paso a paso de mi carrera profesional.

A mi familia por siempre creer en mí y darme las herramientas necesarias para culminar este proceso.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El emprendimiento D'Kai tiene el potencial de generar un impacto significativo en la comunidad local al crear nuevas oportunidades de empleo y contribuir al desarrollo económico de la región. Enfocado en apoyar a emprendedores locales, este proyecto fortalece el ecosistema emprendedor y fomenta el crecimiento de pequeñas y medianas empresas.

El estudio se plantea como objetivo evaluar la viabilidad financiera de D'Kai, considerando el análisis de inversión y los factores económicos relevantes, con un equipo de 5 colaboradores de entre 20 y 40 años, durante el tercer cuatrimestre de 2024 en Tibás, Costa Rica. Con respecto a la metodología, está es de enfoque mixto, y se utilizaron como instrumentos encuestas y entrevistas.

D'Kai determina con claridad la inversión inicial necesaria para iniciar operaciones durante el tercer cuatrimestre de 2024, priorizando la adquisición de maquinaria industrial como el componente más significativo del capital inicial. Esta decisión refleja una estrategia enfocada en asegurar calidad y capacidad operativa desde el arranque, complementada por una planificación ordenada de costos legales, operativos y de inventario.

El emprendimiento presenta una propuesta de valor bien alineada con su mercado objetivo, especialmente con mujeres consumidoras, y logra proyectar una operación viable y sostenible. No obstante, su permanencia y crecimiento dependerán de mantener la innovación, controlar el flujo de caja, diversificar su oferta, y ajustar periódicamente su estrategia en función del comportamiento del mercado y la evolución del entorno económico costarricense.

Palabras claves: Análisis Financiero, Factibilidad, Estudio de Mercado, Inversión.

ABSTRACT

The D'Kai venture has the potential to generate a significant impact on the local community by creating new employment opportunities and contributing to the economic development of the region. Focused on supporting local entrepreneurs, this project strengthens the entrepreneurial ecosystem and fosters the growth of small and medium-sized enterprises. The study aims to evaluate the financial feasibility of D'Kai, considering investment analysis and relevant economic factors, with a team of five collaborators aged between 20 and 40 years, during the third quarter of 2024 in Tibás, Costa Rica.

Regarding the methodology, it follows a mixed approach, using surveys and interviews as data collection instruments. D'Kai clearly identifies the initial investment required to begin operations during the third quarter of 2024, prioritizing the acquisition of industrial machinery as the most significant component of the initial capital. This decision reflects a strategy focused on ensuring quality and operational capacity from the outset, complemented by an organized plan covering legal, operational, and inventory costs.

The venture presents a value proposition that is well aligned with its target market, especially female consumers, and successfully projects a viable and sustainable operation. However, its continuity and growth will depend on maintaining innovation, controlling cash flow, diversifying its offering, and periodically adjusting its strategy based on market behavior and the evolution of the Costa Rican economic environment.

Keywords: Financial Analysis, Feasibility, Market Study, Investment.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según lo indica Indeed (2022) el planteamiento del problema:

Es un enunciado sobre un problema o asunto vigente que requiere acción puntual para mejorar la situación. El planteamiento del problema explica de forma concisa cuál es la barrera que presenta el problema entre el proceso y el estado actual de las cosas. (párr. 2)

Se busca determinar la factibilidad financiera del emprendimiento D'Kai (variable independiente) en relación con el análisis de inversión y factores económicos relevantes (variable dependiente), en un grupo de 5 colaboradores con edades comprendidas entre los 20 y 40 años, del emprendimiento ubicado en Tibás, Costa Rica, durante el tercer cuatrimestre de 2024

1.1.1 Antecedentes Internacionales Y Nacionales

Según lo indica García (2024), los antecedentes son:

Todos aquellos trabajos de investigación que preceden al que se está realizando, pero que además guarda mucha relación con los objetivos del estudio que se aborda. Es decir, son los trabajos de investigación realizados, relacionados con el objeto de estudio presente en la investigación que se está haciendo. (párr.1)

Para los antecedentes de la presente investigación, en específico para los internacionales, se tomaron en cuenta trabajos de Colombia y Ecuador, para los nacionales, se tomaron en cuenta trabajos de la Universidad Nacional, la Universidad Latina de Costa Rica y, adicionalmente, se analizaron antecedentes locales de la Universidad Hispanoamericana de Costa Rica.

1.1.1.1 Internacionales.

1.1.1.1.1 Antecedente Internacional #1

En 2023, Gómez y Amores llevaron a cabo su investigación titulada "Viabilidad Comercial de una Empresa Artesanal: Chocolatería ubicada en Cuenca – Ecuador" para la Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. El objetivo principal es evaluar la capacidad de la chocolatería para competir en un mercado exigente, establecer relaciones comerciales locales y garantizar una producción respetuosa con el medio ambiente. Además, la investigación busca identificar los factores clave para el éxito de la chocolatería y cómo diferenciarse en un entorno competitivo para asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

El estudio destaca varios emprendimientos exitosos en países como El Salvador, Colombia y Ecuador, donde empresas producen chocolates de alta calidad utilizando ingredientes naturales. En Cuenca, Ecuador, se ha observado un aumento significativo en el número de negocios familiares dedicados a esta actividad, aunque determinar la competencia exacta resulta un desafío debido a la presencia de negocios formales e informales.

La investigación concluye que existe una alta probabilidad de viabilidad comercial para una chocolatería artesanal en Cuenca, ya que la demanda local no está completamente satisfecha. Esto sugiere una oportunidad de crecimiento para nuevos negocios en este sector, especialmente aquellos que ofrezcan productos de calidad y que logren diferenciarse en el mercado.

1.1.1.2 Nacionales.

1.1.1.2.1 Antecedente Nacional #1

Espinoza et al. (2021) llevaron a cabo un detallado estudio de viabilidad económica y financiera para determinar la factibilidad de producir y comercializar productos derivados de la pitahaya roja, como mermelada y jugo, en Liberia, Guanacaste. Este análisis, realizado en el contexto académico de la Universidad Nacional, se orientó hacia la evaluación de la posibilidad de introducir estos productos en supermercados y minisúper de la zona, con un enfoque en fortalecer la economía local y aprovechar los recursos agrícolas de la región.

La metodología del estudio incluyó múltiples aspectos relevantes para la creación de una microempresa, abarcando componentes de mercado, organizacionales, legales, ambientales, técnicos y financieros. En particular, el equipo investigador aplicó un censo en 52 establecimientos comerciales para obtener datos empíricos sobre la demanda y los requisitos específicos para la implementación de la microempresa "Pitta Castilla." Esta fase de recolección de datos fue clave para proyectar la demanda potencial y para identificar los recursos y costos necesarios en cada área de la operación, desde la producción hasta la comercialización de los productos.

A través de los indicadores financieros utilizados en el análisis, tales como el flujo de caja proyectado, el retorno sobre la inversión (ROI) y la tasa interna de retorno (TIR), se concluyó que la demanda proyectada no alcanzaba a cubrir los costos y gastos estimados, lo cual hacía que el proyecto no fuera viable financieramente en los escenarios planteados. Los altos costos de producción, sumados a una insuficiente demanda en el mercado objetivo, llevaron al equipo investigador a recomendar la no ejecución del proyecto en su forma inicial.

1.1.1.2.2 Antecedente Nacional #2

Mejía et al. (2021) llevaron a cabo un exhaustivo análisis de viabilidad financiera para implementar un sistema de producción y comercialización de ganado de engorde con suplementación estratégica en pastoreo en la Hacienda El Guabo, en Santa Cruz, Guanacaste. Este estudio se basó en la recopilación de datos mediante entrevistas a actores clave en el ámbito ganadero local, incluyendo subastas, mataderos y posibles inversionistas, permitiendo a los investigadores comprender tanto la dinámica de mercado como los costos de producción y las proyecciones de ingresos.

Los resultados del análisis demostraron que existe una alta demanda para el ganado de engorde en la región, lo cual hace que el proyecto tenga una sólida base de mercado y un riesgo financiero bajo. Además, los indicadores financieros apuntaron a que el proyecto es rentable y factible, con una recuperación de la inversión viable dentro de los plazos previstos. Las condiciones legales y ambientales también resultaron favorables; la normativa local permite el desarrollo de este tipo de actividades ganaderas, siempre y cuando cumplan con los requisitos de bienestar animal y protección ambiental.

El estudio concluyó que el proyecto tiene un gran potencial para generar riqueza y fortalecer la economía local al impulsar la actividad ganadera en la región. Mejía et al. recomendaron firmemente la implementación del proyecto en Hacienda El Guabo, sugiriendo que su ejecución no solo beneficiaría a los inversionistas, sino que también contribuiría al desarrollo económico de Santa Cruz. La investigación, además, destaca la importancia de la suplementación estratégica en pastoreo como una técnica innovadora para mejorar la productividad y eficiencia de los sistemas ganaderos en la zona, garantizando una producción sostenible y con un impacto positivo en el entorno.

1.1.1.2.3 Antecedente Nacional #3

Solano (2021) realizó un estudio exhaustivo sobre la viabilidad de abrir una cafetería enfocada en alimentos saludables en Uvita, Osa, Puntarenas, con el propósito de atender la creciente demanda de opciones nutricionales en esta comunidad en auge turístico. Dado que se trataba de un nuevo emprendimiento sin registros financieros previos, el estudio aplicó una metodología cualitativa que incluyó la observación directa y entrevistas para recopilar datos de mercado y entender mejor las necesidades y preferencias de los consumidores locales. Para evaluar los factores externos e internos que podrían influir en el éxito del proyecto, Solano utilizó herramientas estratégicas como el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y las 5 Fuerzas de Porter, identificando tanto la competencia como las oportunidades en el mercado de cafeterías saludables.

En términos financieros, los resultados del estudio indicaron una alta viabilidad del proyecto, destacándose con un Valor Actual Neto (VAN) de ¢29.1 millones y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 44.87%, muy superior a la tasa mínima requerida del 8%. Estos indicadores financieros demostraron que la cafetería no solo cubriría sus costos de operación, sino que también ofrecería una rentabilidad atractiva a sus inversores, mostrando solidez económica. Además, el estudio destacó que la demanda por opciones alimenticias saludables estaba en crecimiento en la región de Uvita, impulsada tanto por turistas como por residentes que buscaban alternativas saludables.

El análisis de Solano subrayó que el entorno socioeconómico de Uvita, caracterizado por el aumento del turismo sostenible y el interés en estilos de vida más saludables, favorecía la viabilidad del proyecto. La investigación concluyó que la cafetería saludable era una inversión segura y estratégica, con una gran aceptación potencial en el mercado. E

1.1.1.2.4 Antecedente Nacional #4

Bolaños et al. (2020) realizaron un completo análisis de viabilidad financiera para establecer un centro de lavado de autos en Mercedes, Heredia, empleando una metodología que se centró en evaluar indicadores clave como la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN) y el punto de equilibrio. Estos indicadores fueron utilizados para medir la rentabilidad proyectada y el tiempo estimado para recuperar la inversión inicial. Además, el estudio incluyó un detallado análisis de flujos de efectivo que permitió modelar diversos escenarios futuros, identificando los riesgos asociados y las posibles variaciones en los ingresos y egresos.

Uno de los hallazgos principales del estudio fue la existencia de una demanda suficiente para los servicios de lavado de autos en la zona, impulsada por el crecimiento del parque vehicular en Mercedes y sus alrededores. Sin embargo, el estudio concluyó que la viabilidad del proyecto no estaba únicamente determinada por esta demanda, sino también por la capacidad del centro de lavado para implementar una gestión financiera rigurosa y adaptarse al contexto macroeconómico cambiante. Este aspecto fue considerado esencial, especialmente en un entorno económico que puede verse afectado por factores externos, como variaciones en los costos de suministros, energía y mano de obra, así como por cambios en la capacidad de gasto de los consumidores.

El análisis también sugirió que para maximizar la rentabilidad y asegurar la sostenibilidad a largo plazo, el centro de lavado debería explorar estrategias de diferenciación en sus servicios, como paquetes de suscripción o servicios premium que puedan atraer a un segmento de mercado dispuesto a pagar por mayor conveniencia y calidad. En conclusión, Bolaños et al. recomendaron una vigilancia constante de las variables financieras clave y un enfoque flexible de gestión, resaltando la importancia de herramientas como el TIR y el VAN para medir la viabilidad de proyectos y su adaptación a un mercado en evolución.

1.1.2 Delimitación Del Problema

Según lo indica Portugués (2021), indica lo siguiente con respecto a la delimitación del problema:

El definir el problema de investigación obedece en primer lugar a motivaciones propias del investigador sobre un conocimiento de la realidad social que desea descubrir. En este sentido, elegir un tema comprende una delimitación que se fundamenta en el deseo de conocer una realidad social que está condicionada por las características históricas y sociales que rodean al investigador. (Párrafo.39)

El estudio abordará los factores económicos y financieros que afectan el emprendimiento D’Kai, con una ubicación definida en la localidad de Tibás, en Costa Rica, en el tercer cuatrimestre del año 2024. Los factores serán específicos en las circunstancias económicas del país durante esa fecha, siendo tomadas en cuenta variables macroeconómicas como la inflación, el crecimiento económico, las tasas de interés y la política en materia monetaria que afecten el desempeño financiero del negocio.

A nivel financiero, se considerarán factores tales como los ingresos estimados, el manejo del flujo de caja, la liquidez y capital de trabajo, así como la decisión de utilizar deuda para financiamiento. También se analiza la etapa del mercado actual para el negocio, desde el ámbito de la demanda, oferta y precios, ubicando a la empresa en el ramo de alimentos y bebidas. El objetivo es conocer si tiene los recursos y principales medidas para sobrevivir en el tercer cuatrimestre del año.

1.1.3 Justificación

Según lo menciona Másters (2022) la justificación de una investigación es “el apartado en el cual se exponen todas aquellas razones que nos han motivado a llevar adelante la investigación planteada” (Párrafo. 3)

Conveniencia:

Este estudio es de gran utilidad para los emprendedores locales en Tibás, Costa Rica, ya que proporciona un análisis detallado sobre la inversión necesaria y los factores económicos que afectan la factibilidad financiera del emprendimiento D´Kai. Esto permite a los emprendedores tomar decisiones informadas y planificar mejor sus recursos financieros. En cuanto al tema la Real Academia Española (2024) conceptualiza la conveniencia como “Correlación y conformidad entre cosas distintas”.

Relevancia social:

La creación del emprendimiento D´Kai puede tener un impacto significativo en la comunidad local al generar nuevas oportunidades de empleo y contribuir al desarrollo económico de la región. Además, al enfocarse en emprendedores locales, el estudio fortalece el ecosistema emprendedor y fomenta el crecimiento de pequeñas y medianas empresas.

Según Etecé (2022) “La relevancia social es un concepto que se utiliza para medir la importancia o el impacto que puede tener una idea, una práctica o un objeto en términos del bienestar de la sociedad” (párr. 7).

Implicaciones prácticas:

La investigación ofrece herramientas prácticas para evaluar la viabilidad financiera de nuevos emprendimientos, ayudando a los emprendedores a identificar y mitigar posibles riesgos financieros. González (2015) menciona que “la importancia de la viabilidad financiera la encontramos en la gran dificultad que tienen los nuevos proyectos empresariales para ser rentables y solventes en el largo plazo”. Por lo que, este caso, también proporcionará un marco para la evaluación de inversiones futuras en el contexto económico específico de la zona.

Valor teórico:

Browarski, J. (2020) menciona que el valor teórico se refiere a la contribución o aporte que hace una investigación específica a otras áreas del conocimiento. De forma que, este estudio contribuye al conocimiento existente sobre la factibilidad financiera y el análisis de inversión en el contexto de emprendimientos locales. Llenará un vacío teórico al proporcionar datos específicos y análisis detallados sobre las condiciones económicas y financieras en el emprendimiento en estudio.

Utilidad metodológica:

La utilidad metodológica, según Browarski, J. (2020) se refiere a que la investigación realizada podría contribuir a crear un nuevo instrumento para la recolección o análisis.

La investigación permite poner en práctica un enfoque metodológico para evaluar la factibilidad financiera de emprendimientos, estableciendo relaciones nuevas y específicas entre variables económicas y de inversión en el contexto local. Esto sirve como referencia para futuras investigaciones y estudios en áreas similares.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Según lo indica Másters (2022), una pregunta de investigación “es un interrogante que debe ser respondido mediante un proceso de análisis de evidencia”. (párr. 2)

¿Cuáles son los factores económicos y financieros que determinan la viabilidad del emprendimiento D'Kai en Tibás, Costa Rica, durante el tercer cuatrimestre de 2024?

1.2 OBJETIVOS

Según Hernández, Fernández & Baptista (2019) los objetivos de investigación “señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son la guía del estudio”. (p.37)

Los objetivos para la presente investigación se enlistan a continuación:

1.3.1 *Objetivo General*

Colanzi (2022) haciendo referencia a Hurtado (2005), menciona que,

Los objetivos representan el “para qué” de una acción (...). Los objetivos de investigación tienen ciertas características particulares que los distinguen de otro tipo de objetivos. Lo que caracteriza a toda investigación es la búsqueda de conocimiento nuevo a través de un proceso sistemática de indagación, por tanto, todo objetivo de investigación debe estar orientado al logro de conocimiento. (p. 6)

En este caso el objetivo general de la investigación es:

Analizar los factores económicos y financieros que determinan la viabilidad del emprendimiento D'Kai en Tibás, Costa Rica, durante el tercer cuatrimestre de 2024.

1.3.2 Objetivos Específicos

Colanzi (2022) plantea que los objetivos específicos,

Son enunciados proposicionales desagregados de un objetivo general, que, sin excederlo, lo detallan y especifican. Del objetivo general se desprenden los objetivos específicos, el alcance de cada objetivo específico permitirá acercar al investigador al cumplimiento del objetivo general otorgando respuestas específicas y parciales que, puestas en diálogo, hacen a la respuesta general de la pregunta de investigación. (p. 9)

Para la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024.
- Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.
- Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.

1.3.3 Alcances Y Limitaciones

Según lo menciona Etecé (2023), el alcance de un proyecto define los objetivos y resultados esperados, estableciendo hasta dónde se pretende llegar en su desarrollo, sin esperar más de lo que se haya previsto inicialmente. Cualquier logro adicional sería considerado un valor extra. Por su parte, las limitaciones son los aspectos que el proyecto no podrá abarcar, marcando las fronteras conceptuales y lo que está fuera de sus posibilidades desde un inicio.

Con respecto a los alcances se tiene que, la unidad de análisis comprende los factores económicos y financieros que influyen la viabilidad del emprendimiento D´Kai en Tibás, Costa

Rica, durante el tercer cuatrimestre de 2024. Todo lo anterior con el propósito de analizar el efecto de las condiciones macroeconómicas en el desempeño del negocio en mención. En ese sentido, se toman en cuenta factores a analizar como la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico y el riesgo crediticio, los cuales serán vitales para analizar las oportunidades y riesgos del mercado externo en que D’Kai se verá involucrado. Además, de cómo lo anterior influye en la liquidación de beneficios y cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Otro punto para considerar comprende la evaluación de su estructura de costos. Propiamente, se tendrán en cuenta los costos del emprendimiento que incluyen los costos operativos, como insumos; el alquiler; servicios públicos y salarios del personal. Lo anterior permite analizar el impacto del alza del costo de los insumos y otros costos operativos en la rentabilidad del emprendimiento. De esa forma, se determina también las áreas de oportunidad donde el negocio puede optimizar recursos y ser eficiente, asegurando que costos no excedan las proyecciones de ingresos.

En cuanto a la demanda y competencia, se estudia el comportamiento del mercado, en especial en el dinamismo del sector de alimentos y bebidas en Tibás. Para eso se estudiará la presencia y la competencia, las tendencias, y la facilidad de captación de la demanda. Lo anterior permite a D’Kai posicionarse de manera efectiva y captar, con su oferta, una mayor porción de mercado en un contexto en que la demanda ha bajado. Otro elemento esencial para desarrollar son las proyecciones de flujo de caja, basado en los ingresos y gastos del negocio en operación. Lo anterior permite analizar si D’Kai tiene el suficiente flujo para cubrir sus costos operativos y la liquidez para funcionar.

Al igual, permite determinar los obstáculos de liquidez y cuáles se generan y corregir en el corto plazo. Acerca de la formulación de recomendaciones de mejora producto del análisis económico y demás factores. Todo lo anterior permite mejorar y desglosar los recursos y herramientas para que D’Kai obtenga mayor énfasis y resalte su mayor rentabilidad en el tercer cuatrimestre del 2024.

En cuanto a las limitaciones, considerando la amplitud del análisis, determinadas limitaciones integran el estudio de las condiciones y factores económicos y financieros, las cuales pueden disminuir la precisión de las implicaciones. Una de las limitaciones más importantes son los datos económicos evolutivos. Durante el tercer cuatrimestre de 2024, las variables macroeconómicas, entre ellas la inflación, los tipos de interés y las políticas fiscales gubernamentales, pueden disminuir o aumentar significativamente, entre otros factores. Por lo tanto, tales variables pueden afectar la realidad de los cálculos y expectativas y, consecuentemente presentar cierto factor de incertidumbre. Otra limitación es el acceso limitado a la información financiera de D’Kai.

En ciertos casos, la percepción precisa y actualizada de la situación financiera del negocio puede ser difícil de obtener debido a la inexistencia de registros detallados o al secretismo de ciertos tipos de informes. Por lo tanto, la experiencia limitada puede reducir la precisión de las expectativas y la predicción, en particular referida a los flujos de caja, la rentabilidad y la liquidez. Además, el análisis solo se centra en la empresa D’Kai y su mercado vecino, limitándose al mercado en Tibás. Aunque este nivel de estudio puede proporcionar una descripción precisa del contexto inmediato, excluye el estudio de otras regiones de Costa Rica que podrían afectar la situación general. Por ende, las expectativas vuelven a límites específicos y no son extensibles. Por otro lado, una limitación importante es que el análisis no se centrará en factores externos no

controlables. Existirán otros factores no controlables, por ejemplo, una crisis nacional o internacional o una pandemia. Esto puede cambiar las cifras esperadas.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

Según lo indica la Universidad Privada del Norte (2022), un marco teórico “es el conjunto de conocimientos, supuestos, principios y teorías que sirven de base para una investigación”. (párr. 2)

A continuación, se expone el contenido teórico que refuerzan las variables de investigación:

2.1.1 Ciclo de vida del emprendimiento

La Teoría del Ciclo de Vida del Emprendimiento describe las etapas por las que atraviesa un emprendimiento desde su creación hasta su madurez o posible declive. A grandes rasgos, estas etapas son Nacimiento, crecimiento, madurez, declive o reestructuración.

Meza,2017

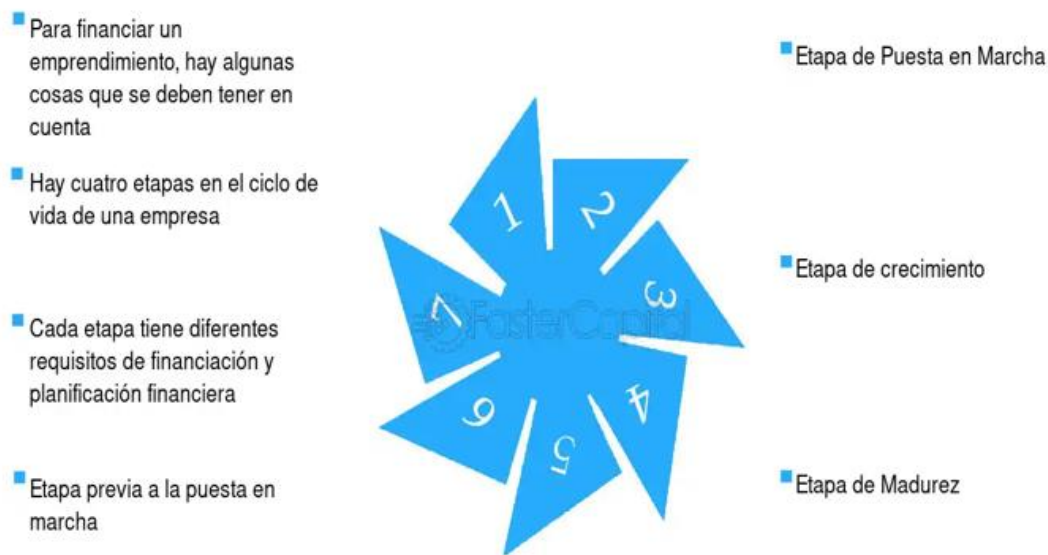
La teoría de ciclo vital de Franco Modigliani estudia el salario, el ahorro y el consumo futuro en relación con la edad y el mercado laboral; esta teoría establece que hay un mayor ahorro en las primeras etapas de la vida y un desahorro al final del ciclo vital. (p. 21)

Meza (2017) explica que como Franco Modigliani revela que las personas tienden a ajustar su comportamiento económico en función de su etapa de vida. Durante las primeras etapas, cuando los ingresos laborales son más altos, se promueve el ahorro como un medio para acumular recursos para el futuro. A medida que la persona envejece y se retira del mercado

laboral, los ingresos disminuyen, lo que conduce a una fase de "desahorro", en la cual se utilizan los ahorros acumulados para mantener el nivel de consumo.

A continuación, se muestran las etapas de planificación del emprendimiento:

Figura 1 *Planificación de emprendimiento*



Fuente: FasterCapital (2024)

La teoría subraya la importancia de la planificación financiera, ya que el ahorro temprano permite suavizar el consumo a lo largo de la vida, evitando grandes fluctuaciones en el nivel de bienestar económico. Además, sugiere que el mercado laboral y los ingresos salariales juegan un papel crucial en la capacidad de las personas para planificar su ahorro y consumo futuro, ajustando su comportamiento de acuerdo con sus expectativas sobre la vida laboral y la jubilación.

Espinoza,2022.

El ciclo de vida empieza desde que los emprendedores identifican la oportunidad de negocio hasta cuando deciden, por diversas razones, no continuar con la operatividad del emprendimiento de acuerdo con las directrices que ya estaban definidas. Sin embargo, cada emprendimiento es un caso en particular ya que las fases por las que atraviesa pueden variar, así como el tiempo de duración y el desenvolvimiento en cada una de ellas (p. 49)

2.1.1.1 Etapa de Nacimiento.

Como su nombre lo indica la etapa de nacimiento es cuando se da el inicio del emprendimiento. “Es la primera fase del ciclo de vida en donde el emprendedor inicia la operatividad del emprendimiento”. (Cepeda & Gomez, 2021, p. 50)

2.1.1.2 Etapa de Madurez.

“Es aquella en la que el emprendimiento ya ha superado con éxito las dificultades que se presentaron al principio del camino. La finalidad en esta fase es tener la eficiencia máxima tanto en costos como en los procesos” (Espinoza, 2022, p. 51)

Esto implica que el emprendimiento ha alcanzado una cierta estabilidad y ahora busca maximizar su rentabilidad mediante la reducción de gastos innecesarios y la mejora continua de sus operaciones. La idea es lograr un funcionamiento más ágil y competitivo, lo cual es clave para la sostenibilidad a largo plazo y para enfrentar con éxito las presiones del mercado y la competencia.

2.1.1.3 Etapa de Crecimiento

“Período en el cual el modelo de negocio se valida, el emprendimiento está posicionado en el mercado y comienza a tener un buen crecimiento. También, se trazan los objetivos a corto y largo plazo”. (Espinoza, 2022, p. 50)

En esta etapa, se observa un crecimiento significativo, lo que indica que el producto o servicio ha sido aceptado por los consumidores. Además, se subraya la importancia de establecer objetivos tanto a corto como a largo plazo, lo cual es esencial para guiar el crecimiento sostenido y asegurar la viabilidad futura del emprendimiento.

2.1.1.4 Etapa de declive o reestructuración

Con respecto a esta etapa, Espinoza (2022) menciona:

Es probable que se produzca en cualquier fase como cuando inician, en el crecimiento o en la madurez debido a que los emprendedores suelen cometer errores en el momento de interpretar las necesidades de los clientes y adaptar su producto a ellos. (p. 51)

Estos errores pueden ser críticos, ya que una comprensión incorrecta del mercado o una falta de adaptación del producto a las demandas de los consumidores puede llevar al fracaso, independientemente de la etapa en que se encuentre el negocio. La importancia de un análisis constante del mercado y una adecuada respuesta a las necesidades cambiantes de los clientes es clave para evitar que estos errores obstaculicen el éxito y sostenibilidad del emprendimiento a largo plazo.

2.1.2 Teoría de la demanda y la oferta

La teoría de la oferta y la demanda es un concepto fundamental en economía que explica cómo se determinan los precios y cantidades de bienes y servicios en un mercado.

2.1.2.1 Demanda.

Según Castro (2021) la demanda es un determinante clave en el crecimiento económico y la utilización de los recursos productivos en el largo plazo. La demanda se refiere a la cantidad de bienes y servicios que los consumidores, empresas y gobiernos están dispuestos a comprar a ciertos niveles de precios.

Ley de la demanda

Con respecto a la Ley de la demanda, Pulido et al. (2021) indican lo siguiente:

Los mercados tienen dos agentes: compradores y vendedores. La demanda representa a los compradores en un mercado. La demanda es una descripción de todas las cantidades de un bien o servicio que un comprador estaría dispuesto a comprar a todos los diferentes precios. De acuerdo con la ley de la demanda, esta relación es siempre negativa: la respuesta a un aumento del precio es una disminución de la cantidad demandada. (Pulido et al, 2021, párr. 3)

De acuerdo con la ley de la demanda, cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad demandada tiende a disminuir, y cuando el precio disminuye, la cantidad demandada suele aumentar. Esta relación negativa o inversa se basa en el comportamiento racional de los consumidores, que tienden a maximizar su utilidad o bienestar al buscar precios más bajos y evitar precios más altos para un mismo bien o servicio.

El análisis de esta relación también sugiere que el precio es un factor clave que influye en las decisiones de compra, aunque no es el único. Factores como los ingresos de los consumidores, las preferencias personales, el precio de bienes sustitutos o complementarios, y las expectativas sobre futuros precios, también juegan un papel importante en la demanda.

2.1.2.2 Oferta.

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a diferentes precios. Generalmente, cuanto mayor es el precio de un bien, mayor es la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer, ya que pueden obtener mayores beneficios. “La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para comprar en el mercado a unos precios específicos.” (Pedrosa, 2024, (párr.1)

Esta oferta representa la cantidad de bienes y servicios que los vendedores ofrecen a precios determinados. La oferta puede ser influenciada, no solo por el mercado sino también por instituciones gubernamentales.

Raffino,2021

El término oferta proviene del latín offerre, que significa ofrecer. Esta palabra posee diversas acepciones, una de ellas podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo. También puede ser entendido como la rebaja de un precio. Pero donde mayor importancia adquiere el concepto es en Economía, donde es entendida como uno de los motores del mercado. (párr. 2)

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Etecé (2023), indica que, el marco conceptual “es un apartado del proyecto de investigación en el cual se detallan las bases conceptuales de la investigación” (párr. 2)

Para la presente investigación se establecen los siguientes conceptos:

2.2.1 Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad proporciona una evaluación integral sobre la viabilidad de un proyecto, permitiendo identificar y analizar los riesgos, oportunidades y recursos necesarios. Facilita la toma de decisiones informadas al evaluar la viabilidad económica, técnica y operativa del proyecto, ayudando a minimizar sorpresas y a asegurar que el proyecto se desarrolle de manera efectiva y conforme a lo planificado.

Un estudio de factibilidad según Guasco & Luna (2022) es un análisis detallado que evalúa un nuevo plan, proyecto o método propuesto con el objetivo de determinar si es viable o no implementarlo. Este estudio analiza varios factores clave, como los componentes económicos, técnicos, legales y de programación, para evaluar la probabilidad de completar el proyecto con éxito.

La finalidad del estudio es determinar si el proyecto puede ser implementado con éxito, asegurando que todos los aspectos relevantes sean cuidadosamente revisados para minimizar riesgos y maximizar las posibilidades de éxito. La evaluación de estos factores proporciona una visión clara sobre la viabilidad del proyecto y ayuda en la toma de decisiones estratégicas.

2.2.1.1 Planeamiento Estratégico

Un planteamiento estratégico en una compañía es fundamental porque proporciona una dirección y propósito claros, alineando a todos los miembros de la organización hacia objetivos comunes.

Quiroz, López, Yactayo, 2020

El planeamiento estratégico se relaciona al proceso de dirección, y las empresas que no implementen un sistema de planificación estratégica global tienden a declinar en la actualidad, y en el sector industrial actual es fundamental para la generación de ingresos.

(p. 2)

Esto asegura que las decisiones y acciones diarias estén enfocadas en lograr metas a largo plazo, lo que permite a la empresa desarrollar ventajas competitivas, innovar y adaptarse eficazmente a los cambios en el mercado. Una estrategia bien definida guía la asignación eficiente de recursos, identifica áreas clave para inversión y desarrollo, y facilita la comunicación interna, promoviendo la colaboración y el compromiso del equipo.

2.2.1.1.1 Misión.

Definir una misión es de las cosas primordiales para una empresa porque establece la razón de su existencia y guía su dirección estratégica. La misión proporciona un marco claro sobre el propósito y los objetivos fundamentales de la organización, permitiendo alinear las decisiones y acciones diarias con su visión a largo plazo. Además, una misión bien definida comunica el propósito de la empresa tanto a empleados como a clientes y accionistas, fortaleciendo el compromiso interno y construyendo una identidad de marca coherente.

Ziglar (2020),

La misión de una empresa se define como la razón principal por la cual esta existe, es decir, cuál es su propósito u objetivo y cuál es su función dentro de la sociedad. De esta manera, la misión de una empresa permite establecer la base de su plan de negocios y construir estrategias de mercado coherentes, ya que cualquier decisión para llegar a una meta futura debe tomarse a partir de esta misma. (párr. 4)

La misión establece el fundamento sobre el cual se construye el plan de negocios y las estrategias de mercado. Al proporcionar un marco claro para las decisiones empresariales, la misión asegura que todas las acciones y decisiones estén alineadas con el propósito central de la empresa. Esto no solo define el objetivo de la empresa, sino que también guía la formulación de estrategias coherentes para alcanzar las metas establecidas, garantizando una dirección y consistencia en el desarrollo de la empresa.

2.2.1.1.2 Visión.

Definir una visión para una empresa implica crear una declaración clara y inspiradora que describa el futuro deseado de la organización. Esta visión debe reflejar las aspiraciones a largo plazo y los objetivos estratégicos, proporcionando una imagen concreta de lo que la empresa quiere alcanzar en el futuro.

Ziglar, 2022

La visión permite definir el camino que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas. Para ello, debe representar de una forma clara y realista los principios que dan una identidad a esta empresa y responder a cuestiones como: ¿qué se desea lograr?, ¿hacia dónde nos dirigimos?, ¿dónde queremos estar en un futuro? y ¿cómo lo conseguiremos? Además, a diferencia de la misión, su definición puede tener una mayor

longitud, aunque lo mejor es ser breve, destacando los puntos realmente importantes. (párr. 4)

La visión debe ser clara y realista, encapsulando los principios que otorgan identidad a la empresa. Responde a preguntas fundamentales sobre los objetivos, la dirección futura, y los métodos para lograrlo. A diferencia de la misión, que tiende a ser más concisa, la visión puede ser más extensa, aunque es recomendable mantenerla breve y centrada en los aspectos clave.

2.2.1.1.3 Organigrama.

Tener un organigrama bien estructurado en una empresa es crucial por varias razones. Lo primero, proporciona claridad en la jerarquía y las responsabilidades, lo que facilita la comunicación y la coordinación entre los diferentes niveles y departamentos de la organización. Esto ayuda a evitar confusiones sobre quién es responsable de qué tareas y asegura que todos los empleados entiendan su papel dentro de la empresa.

También, un organigrama bien diseñado mejora la eficiencia operativa al definir claramente las líneas de autoridad y los canales de comunicación. Permite a los empleados saber a quién deben reportar y a quién deben dirigirse para resolver problemas o tomar decisiones.

Asana,2024

Un organigrama de una empresa es una representación gráfica de la estructura jerárquica y organización de una empresa. Un organigrama te permitirá ver de forma sencilla las dependencias, cadenas de mando, y grupos de empleados de la compañía. El organigrama te permitirá visualizar así los departamentos y las relaciones entre ellos y los integrantes de estos. (párr. 1)

Una representación gráfica facilita la comprensión de la jerarquía interna, mostrando claramente las dependencias y las cadenas de mando dentro de la organización. Permite visualizar de manera sencilla cómo se distribuyen los roles y responsabilidades entre los distintos departamentos y empleados, y cómo estos se interrelacionan entre sí.

2.2.1.1.4 Manual de funciones.

La creación de manuales de funciones en una empresa es importante porque proporciona claridad y estructura al definir de manera detallada las responsabilidades, tareas y expectativas para cada puesto. Esto mejora la organización interna, facilita la comunicación y evita la duplicidad de funciones o la omisión de tareas importantes.

Quimiz & Palacios, 2021

El beneficio de los manuales se debe a que son una guía indispensable para las actividades específicas de la empresa, para ello se deben fijar las políticas y definir las funciones en cada uno de los departamentos para de esta forma determinar las responsabilidades que se le asignará, claro está que esto se realiza con un objetivo y un beneficio específico. Los manuales tienen normas y procedimientos que se utilizan dentro de la organización para realizar por secuencias lógicas cada una de las actividades, unificar y controlar las rutinas de trabajo y evitar duplicaciones. Las normas y procedimientos ayudan a tener actividades que integran los procesos, se complementan con diagramas de flujos, formularios, reportes que se usan en cada uno de los procedimientos que se realizan en la institución. (p. 13)

Estos manuales no solo optimizan la comunicación interna y la asignación de tareas, sino que también actúan como una herramienta esencial para la capacitación de los empleados. Al

establecer expectativas claras, ayudan a evaluar el desempeño, mantener estándares de calidad y asegurar la continuidad operativa, especialmente en momentos de rotación de personal.

2.2.1.1.5 Análisis FODA.

El análisis FODA (acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica utilizada para evaluar los aspectos internos y externos de una organización o proyecto. FODA es un acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Este se divide en cuadrantes internos y externos,

Cuadrantes internos:

Raeburn (2021) cita:

Los cuadrantes internos son las fortalezas y debilidades que provienen de procesos internos. Tienden a ser fáciles de resolver si cuentas con los medios necesarios, ya que tienes más control sobre lo que pueda ocurrir.

Cuando te encuentras con factores internos, puedes empezar a implementar mejoras de diferentes maneras. Por ejemplo:

Reunirte con los integrantes del departamento correspondiente para formar un plan de negocios en torno a cómo mejorar la situación actual.

Investigar e implementar herramientas nuevas, como alguna herramienta de gestión de proyectos, que pueda servir para perfeccionar los procesos por ti. (párr. 20)

Fortalezas: Son los aspectos positivos y recursos que posee la organización y los cuales ofrecen una ventaja competitiva.

Debilidades: Se refieren a los factores internos que limitan el rendimiento de la organización.

Cuadrantes externos:

Los factores externos provienen de procesos que están fuera de tu control. Son los competidores, las tendencias del mercado y cualquier otra cosa que afecte a tu organización de afuera hacia adentro.

Los factores externos son los más complicados de resolver, ya que no puedes controlar directamente los resultados. Lo que sí puedes hacer es mitigar esos factores externos.

Para resolver esos problemas puedes hacer lo siguiente:

Competir según las tendencias del mercado.

Pronosticar las tendencias del mercado antes de que se produzcan.

Si bien es un hecho que no podrás controlar el entorno externo, sí puedes controlar cómo reaccione tu organización a esos estímulos. (Raeburn, 2021, párr. 22)

Oportunidades: Son factores externos que pueden ser aprovechados para mejorar el rendimiento de la empresa.

Amenazas: Se refieren a los factores externos que podrían perjudicar el desempeño de la organización.

Según Valera, 2020

El análisis FODA es una de las mejores herramientas para obtener de manera rápida y sencilla las fortalezas y debilidades de una organización, además, ofrece las bases para idear una estrategia que logre aprovechar sus mejores oportunidades y logre defenderse adecuadamente de futuras amenazas. (p. 26)

Al hacerlo, el FODA proporciona una base sólida para desarrollar estrategias que optimicen los recursos y capacidades de la empresa, maximizando las oportunidades y protegiéndola de riesgos potenciales.

A continuación, se muestra ejemplos de fortalezas según Valera (2020)

1. Mano de obra capacitada (puesto 27 según el Índice Mundial de Innovación).
2. Utilización de una tecnología de vanguardia y de una gestión enfocada en la innovación y en la aplicación de nuevas metodologías.
3. Materia prima (aceituna) de muy buena calidad y a un bajo costo de adquisición.
4. Producto saludable
5. Producto innovador con pocos rivales en el mercado. (p. 21)

En el análisis FODA, como se muestra en el fragmento de Valera (2020) las fortalezas son los recursos y capacidades internas que otorgan a una empresa ventajas competitivas y contribuyen a su éxito. Estas pueden incluir personal capacitado, tecnología avanzada, materias primas de alta calidad, una marca fuerte y estrategias innovadoras. Identificar y aprovechar estas fortalezas permite a la empresa mejorar su desempeño, consolidar su posición en el mercado y alcanzar sus objetivos estratégicos con mayor eficacia.

La mano de obra capacitada, posicionada favorablemente en el Índice Mundial de Innovación, permite a la empresa contar con un recurso humano especializado. El uso de tecnología avanzada y una gestión innovadora garantizan eficiencia y adaptación a las nuevas tendencias del mercado.

La disponibilidad de materia prima de alta calidad a bajo costo es un factor que contribuye a la rentabilidad. Además, el producto ofrecido es saludable, lo que responde a una creciente demanda de consumidores conscientes de su bienestar, y es innovador, con poca competencia en el mercado, lo que fortalece su diferenciación.

A continuación, se muestran ejemplos de debilidades según Valera (2020)

1. Bajo nivel de posicionamiento de marca inicial
2. Bastante inversión inicial debido a la necesidad de maquinaria y de una planta de producción.
3. El público objetivo tiene bastante poder de negociación.
4. El mercado posee varias empresas consolidadas que venden productos sustitutos. (p. 21)

Las debilidades representan los aspectos internos que limitan la capacidad de una empresa para alcanzar sus objetivos o que la colocan en desventaja frente a la competencia. Estas pueden incluir falta de recursos financieros, deficiencias en la gestión, procesos ineficientes, una marca poco conocida o una infraestructura obsoleta. Reconocer y abordar estas debilidades es crucial para mejorar la eficiencia operativa, reducir riesgos y fortalecer la posición competitiva de la empresa.

El bajo nivel de posicionamiento de la marca sugiere que la empresa carece de visibilidad y reconocimiento en el mercado, lo que puede dificultar la atracción de clientes. La alta inversión inicial requerida para maquinaria y una planta de producción representa una barrera significativa para el inicio del proyecto, incrementando el riesgo financiero. Además, el hecho de que el público objetivo tenga un alto poder de negociación indica que los clientes pueden exigir precios competitivos o mejores condiciones, lo que podría reducir los márgenes de ganancia.

A continuación, se presentan ejemplos de Oportunidades según Valera (2020)

1. Incremento de la demanda del mercado americano por productos saludables y naturales debido al alto índice de problemas cardiovasculares y diabéticos.
2. Aumento de las exportaciones de productos no tradicionales del Perú a Estados

Unidos.

3. La creación de fondos de parte del estado para empresas exportadoras nuevas.
4. La mejora de una red de información de empresas exportadoras sobre requerimientos de calidad y estándares internacionales
5. Fortalecimiento de los tratados internacionales entre Perú y Estados Unidos, con el fin de reducir las tasas arancelarias por parte de ambos países. (p. 22)

Estas oportunidades como el caso de Valera (2020) pueden surgir de cambios en el mercado, tendencias emergentes, avances tecnológicos, cambios regulatorios favorables o nuevas demandas de los consumidores. Aprovechar estas oportunidades permite a la empresa expandir su alcance, diversificar sus ofertas y mejorar su posición en el mercado, impulsando así su desarrollo y competitividad.

Amenazas

1. Disminución de la demanda estadounidense debido a los efectos del COVID-19 en el PBI americano.
2. Aparición de nuevos productos sanos y nutritivos en el mercado estadounidense por parte de grandes empresas.
3. Coimas o cambio de favores de parte de organismos públicos para el funcionamiento de la empresa.
4. Aumento de los costos de prevención debido a problemas ambientales o nuevas normas de seguridad y salud.
5. Plaga en los cultivos de aceituna. (Valera, 2020, p. 22)

Las amenazas son factores externos que pueden poner en riesgo el éxito y la estabilidad de la empresa. Estas amenazas pueden incluir la competencia intensa, cambios desfavorables en las regulaciones, fluctuaciones económicas, crisis del mercado, o la aparición de nuevas

tecnologías que puedan desbancar los productos o servicios actuales. Identificar y comprender estas amenazas permite a la empresa desarrollar estrategias para mitigar sus impactos negativos y adaptarse a los desafíos del entorno, protegiendo así su viabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

2.2.2 Estudio Técnico

Un estudio técnico según Wuitar et al (2019) es una evaluación que examina la viabilidad operativa de un proyecto o negocio. Este análisis se relaciona con los procesos productivos, los recursos técnicos, la infraestructura, el equipo necesario, y la logística para llevar a cabo el proyecto. Se encarga de determinar si es posible ejecutar el plan desde un punto de vista técnico, asegurando que se cuente con las tecnologías, recursos humanos, y procedimientos adecuados para su implementación exitosa.

2.2.3 Estudio legal

Contar con un estudio legal sobre cualquier proyecto es crucial para garantizar el cumplimiento de todas las normativas y regulaciones vigentes. Este análisis proporciona una evaluación exhaustiva de los aspectos legales que pueden afectar el proyecto, como las licencias necesarias, las implicaciones contractuales, y los riesgos legales asociados.

Agudelo, Pertuz & Alarcón (2023) Explican en su investigación:

El estudio legal de proyectos es un proceso de análisis y evaluación de los aspectos legales y regulatorios que pueden afectar el desarrollo y la implementación de un proyecto. Este proceso implica la revisión de las leyes y normas que se aplican al proyecto, así como la identificación de los posibles riesgos legales y la evaluación de las posibles soluciones. (p. 3)

Según los autores del fragmento anterior el estudio legal debe abarcar la revisión exhaustiva de las leyes y regulaciones pertinentes, así como la identificación de riesgos legales potenciales. Al analizar estos aspectos, se busca asegurar que el proyecto cumpla con todas las normativas vigentes y se planifiquen soluciones para mitigar posibles problemas. Este enfoque preventivo es esencial para evitar complicaciones legales durante la implementación del proyecto, garantizando que se lleve a cabo de manera eficiente y conforme a la legislación aplicable.

2.2.4 Estudio de Mercado

Para realizar un estudio de mercado, se pueden emplear diversos métodos, cada uno con sus beneficios específicos. Las encuestas permiten obtener datos cuantitativos directamente de los consumidores sobre sus preferencias y hábitos. Las entrevistas ofrecen información cualitativa profunda a través de conversaciones detalladas con consumidores o expertos.

Los grupos focales proporcionan perspectivas colectivas mediante discusiones en grupo sobre un producto o servicio. El análisis de datos secundarios utiliza información preexistente para obtener insights sin realizar nuevas investigaciones primarias. Finalmente, la observación permite estudiar el comportamiento de los consumidores en entornos naturales para entender mejor sus hábitos y preferencias. Cada método aporta una visión única y puede ser elegido según los objetivos y recursos del estudio.

Sanchez,2024

Un estudio de mercado es un proceso de investigación que permite a las empresas comprender a fondo un sector específico, sus consumidores y la competencia. Se utiliza para analizar la viabilidad de un nuevo producto o servicio, identificar oportunidades de crecimiento y tomar decisiones estratégicas informadas. (párr. 2)

Un análisis de mercado ayuda a determinar la viabilidad de introducir un nuevo producto o servicio, basándose en datos clave como las preferencias de los consumidores, las tendencias del mercado y el comportamiento competitivo. Además, este proceso es crucial para identificar oportunidades de crecimiento y anticipar desafíos, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas basadas en hechos y no en suposiciones.

2.2.4.1 Producto.

De conformidad con Quiroa (2019) un producto es:

Un producto representa una solución o una respuesta a una necesidad o deseo específico en un mercado. Es un bien o servicio que se ofrece para satisfacer las demandas de los consumidores y puede diferenciarse por sus características, calidad, diseño, marca y precio. Todo bien o servicio que una empresa produce con el propósito de comercializarlo y satisfacer una necesidad del consumidor. Sin duda, el producto se considera el elemento más importante de la mezcla del marketing. Puesto que todas las otras variables dependen del producto, no se puede pensar en establecer un precio si no hay un producto. (párr. 1-2)

El producto es definido como cualquier bien o servicio que una empresa crea con el objetivo de venderlo y satisfacer una necesidad del consumidor. Esta perspectiva resalta que el éxito de las estrategias de precios, distribución y promoción está directamente vinculado a la existencia y calidad del producto.

2.2.4.2 Precio Natural.

Su origen se basa en la interacción entre la oferta y la demanda en un mercado competitivo. En este contexto, el precio natural es el punto en el que la cantidad de bienes que

los productores están dispuestos a vender coincide con la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar.

Morales,2021

El precio natural de un bien se puede definir como aquel precio que no incluye las ganancias del empresario. Es decir, el precio que únicamente tiene en cuenta los costes de producirlo. Sin embargo, muchos autores, entre los que destacamos a Adam Smith, no se referían exactamente a eso. (párr. 2)

Morales refleja un concepto basado en los costos de producción, sin considerar las ganancias del empresario. Sin embargo, según autores como Adam Smith, el precio natural puede no haber sido entendido de esta manera exacta. En la teoría clásica de la economía, Adam Smith y otros economistas de su época podrían haber interpretado el precio natural de manera más compleja, incluyendo factores como el equilibrio del mercado y las condiciones de oferta y demanda, en lugar de enfocarse únicamente en los costos de producción

2.2.4.3 Demanda.

La demanda de un producto surge del deseo y la capacidad de los consumidores para adquirirlo a diferentes precios. En términos económicos, la demanda se forma cuando los consumidores tienen la necesidad o el deseo de un producto y están dispuestos a pagar un precio que consideran justo para satisfacer esa necesidad. Este deseo se combina con la capacidad económica para realizar la compra, creando así una demanda efectiva.

Varios factores influyen en la formación de la demanda, incluyendo el precio del producto, el ingreso de los consumidores, las preferencias y gustos, y la disponibilidad de productos

sustitutos. Además, las campañas de marketing, la publicidad y las tendencias del mercado también pueden aumentar el interés y la demanda de un producto

Espinoza,2022

Este factor es un determinante clave de las operaciones lucrativas del emprendimiento ya que es el cliente quien decide aceptar o no el producto. Además, influye en la inversión de la organización. Por otra parte, los medios publicitarios son el recurso más utilizado para aumentar la demanda y abrir camino hacia nuevos puntos de comercialización, de forma que el alcance al público sea mayor. (p. 37)

El cliente, al decidir si acepta o no un producto, juega un papel fundamental en la viabilidad financiera del negocio, lo que a su vez afecta la inversión y las estrategias operativas de la organización. También, existe un papel esencial de los medios publicitarios en la promoción de la demanda. Las estrategias publicitarias no solo ayudan a aumentar el interés en el producto, sino que también facilitan la expansión hacia nuevos mercados y segmentos de consumidores.

2.2.4.4 Oferta Monetaria.

La oferta monetaria se desarrolla a través de la interacción entre los bancos comerciales y el banco central. Los bancos comerciales aumentan la oferta monetaria mediante la creación de dinero a través de préstamos, mientras que el banco central regula esta oferta utilizando herramientas como las tasas de interés, las operaciones de mercado abierto y los requisitos de reservas. Además, el banco central puede emitir dinero directamente para ajustar la cantidad de efectivo en circulación.

Fortun, 2020

La oferta monetaria, oferta de dinero o masa monetaria, es la cantidad de dinero en circulación en una economía, y que está compuesto por el efectivo en manos del público y los depósitos que pueden utilizarse de manera similar al efectivo. (párr. 1)

La oferta monetaria es un indicador clave para la política económica, ya que su gestión afecta directamente la estabilidad económica, la inflación y las tasas de interés, al mismo tiempo que permite entender la liquidez en el sistema económico.

2.2.5 Estudio Financiero

Un estudio financiero de conformidad con el estudio de Cedeño, Guijarro & Jaramillo (2021) un análisis detallado que evalúa la situación económica y financiera de una empresa para identificar problemas, variaciones y factores que afectan su desempeño. Este estudio permite a las empresas conocer su estado actual y predecir su futuro rendimiento, facilitando la toma de decisiones informadas. Incluye el examen de aspectos como endeudamiento, rentabilidad, solvencia, eficiencia, liquidez y rendimiento.

Los estudios financieros son cruciales en cualquier proyecto porque proporcionan un análisis detallado de la viabilidad económica y la sostenibilidad a largo plazo. Estos estudios permiten evaluar los costos, ingresos, flujos de caja y rentabilidad esperada, ayudando a identificar y mitigar riesgos financieros. Además, facilitan la toma de decisiones informadas al ofrecer una visión clara de la salud financiera del proyecto, lo que es fundamental para asegurar la inversión, obtener financiamiento y planificar estrategias de crecimiento.

2.2.5.1 Punto de equilibrio

Cando (2022) explica que,

El punto de equilibrio es una técnica financiera poco utilizada por los empresarios para lograr evaluar diversos tipos de problemas financieros buscando como objetivo principal administrar de forma óptima los recursos que tiene la empresa puesto que en la actualidad el mercado es ampliamente emprendedor y diversificado. (p. 7)

Para calcular el punto de equilibrio, se utilizan los siguientes elementos clave:

Costos Fijos (CF): Son aquellos costos que no varían con el nivel de producción o ventas, como el alquiler, salarios fijos y seguros.

Son costos que son independientes del volumen. Los costos fijos son costos que se basan en el tiempo en lugar de la cantidad producida o vendida por su negocio. Ejemplos de costos fijos son los costos de alquiler y arrendamiento, salarios, facturas de servicios públicos, seguros y pagos de préstamos. Algunos tipos de impuestos, como las licencias comerciales, también son costos fijos. Dado que debe pagar costos fijos independientemente de cuánto venda, debe tener cuidado al agregar costos fijos a su pequeña empresa. El costo fijo a menudo se llama gastos generales. (Myownbusiness, 2020, párr. 3)

Costos Variables (CV): Son los costos que cambian directamente con el nivel de producción, como materias primas y comisiones por ventas.

Son costos que cambian a medida que cambia el volumen. Ejemplos de costos variables son las materias primas, la mano de obra a destajo, los suministros de producción, las comisiones, los costos de entrega, los suministros de embalaje y las tarifas de tarjetas de crédito. En algunos estados contables, los costos variables de producción se denominan el "costo de los bienes vendidos". (Myownbusiness, 2020, párr. 4)

Esto implica que a medida que aumenta o disminuye la cantidad de bienes o servicios producidos, los costos variables también lo hacen en la misma dirección. Se ofrecen ejemplos concretos de estos costos, tales como materias primas, mano de obra pagada por unidad producida, suministros de producción, comisiones por ventas, costos de entrega, suministros de embalaje y tarifas por transacciones con tarjetas de crédito.

Precio de Venta (PV): Es el precio al que se vende cada unidad del producto.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades es:

$$PE = \frac{CF}{PV - CV}$$

Donde las variantes representadas significan:

PE= Punto de equilibrio en unidades

CF= Costos fijos

PV= Precio de venta por unidad

CV= Costo variable por unidad.

Incluir el análisis del punto de equilibrio en el estudio financiero del emprendimiento D'Kai permite entender su viabilidad y así guiar las decisiones estratégicas que asegurarán el éxito a largo plazo.

2.2.5.2 Valor Económico Agregado:

El valor económico agregado se entiende como una medida financiera que se utiliza para evaluar la rentabilidad de una empresa, considerando el costo del capital invertido. Para calcular este valor económico se ha desarrollado un sistema de gestión basado en el valor, el cual es identificado como una medida de desempeño alternativa conocida como EVA.

Haro & Monzón (2020) mencionan que,

El valor económico agregado se ha utilizado para la evaluación del desempeño de la administración, y más que una simple medida del desempeño, es el marco para una administración financiera completa la cual es llevada a cabo por directores, gerentes, inversionistas y otras partes interesadas que aportan en el desempeño de la empresa. (p. 41)

La formula para calcular EVA es:

$$\text{EVA} = \text{UAIDI} - \text{Activos totales} \times \text{Costo promedio del capital}$$

Donde:

UAIDI (Utilidad Antes de Intereses e Impuestos): se obtiene sumando la utilidad neta y los intereses, ajustando por utilidades extraordinarias.

Activos Totales: representan todos los recursos con los que cuenta la empresa.

Costo Promedio del Capital: es el costo medio de todas las fuentes de financiamiento utilizadas por la empresa.

Analizando los aspectos financieros de la labor emprendedora de D'Kai, se destaca la inclusión del análisis del Valor Económico Agregado (EVA). Es necesario para comprender la viabilidad económica y enmarca todavía más robustamente la evaluación de si las inversiones se están realizando de manera excelente y si determinadas decisiones son propicias para un valor sostenible. Por lo tanto, no solo refuerza la gestión financiera y de inversión, sino que también da soporte a las empresas emergentes al pautar estrategias de crecimiento en el mercado.

2.2.5.3 Razones financieras:

Las razones financieras son herramientas clave en el análisis financiero que permiten evaluar la salud económica de un emprendimiento, como D'Kai en Tibás, Costa Rica. Estas

razones se utilizan para interpretar los estados financieros como el balance, la cuenta de resultados y el flujo de efectivo.

Haro, et al. (2023) menciona que,

Estas razones pueden utilizarse para evaluar la solvencia, la rentabilidad y la eficiencia operativa de una empresa, entre otras cosas. Algunas de las razones financieras más comunes incluyen el margen de beneficio, el retorno sobre la inversión, el ratio de endeudamiento, la rotación de inventario y el ratio de liquidez. (p. 11)

Algunas de las razones financieras que son importantes considerar en el caso de la empresa D'Kai son:

1. Razones de Liquidez: Las razones de liquidez miden la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Según Haro et al. (2023) este indicador “Se refiere a la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo, como el pago de salarios, facturas de proveedores, impuestos, préstamos y otras obligaciones.” (p. 5)
2. Razones de Rentabilidad: López et al. (2020) lo definen como “La capacidad de la gerencia financiera para obtener ganancias, en su conjunto este índice de rentabilidad ilustra la eficiencia del desempeño de la compañía en el retorno de los activos” (p. 66). Es decir, Estas razones evalúan la capacidad de la empresa para generar ganancias en relación con sus ventas, activos o capital.
3. Razones de Endeudamiento: Estas razones analizan la estructura de capital y el nivel de deuda en relación con los activos y el patrimonio. Docuara et al. (2022) definen a las razones de endeudamiento como la capacidad de deuda que contrae una entidad para dar cubrimiento a las responsabilidades financiera que adquiere. (p. 266)
4. Razones de Eficiencia: Estas razones evalúan cómo una empresa utiliza sus recursos para generar ventas y maximizar utilidades. Según Rico et al. (2022):

La eficiencia financiera de una organización se centra en la capacidad de productividad y rentabilidad generada por sus activos, las variables de inventarios, cuentas por cobrar y activos productivos, son la base fundamental de esta herramienta financiera. (p.458)

Por lo tanto, dados estos problemas y desafíos, incorporar un análisis integral de las razones financieras en el plan de estudio financiero del emprendimiento D'Kai es crucial para comprender la viabilidad económica. No solo brindan una buena perspectiva de la situación financiera actual de la empresa, sino que también ayudan a predecir posibles problemas, ya que permiten formular estrategias efectivas para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa.

2.2.5.3 Análisis DUPONT:

Para evaluar la viabilidad del emprendimiento D'Kai en Tibás, Costa Rica, es necesario tomar en cuenta el análisis DUPONT, ya que proporciona una visión clara de cómo se generan las ganancias y qué áreas pueden mejorarse para optimizar el rendimiento financiero.

Según, Rodríguez, H. (2020).

El Modelo Dupont se utiliza para analizar los Estados Financieros de las empresas y evaluar la eficiencia en el aprovechamiento de sus recursos en dos medidas de rentabilidad: rendimiento de los activos (ROA) y el retorno sobre el Patrimonio (ROE), utilizando el margen de apalancamiento. (p. 12)

El modelo Dupont, según menciona Gaytán (2022), descompone el ROE en tres componentes principales:

1. Margen Neto: Este indicador mide la eficiencia operativa de la empresa al calcular el porcentaje de ingresos netos generados por cada unidad de venta.

2. Rotación de Activos: Este ratio indica cuántas veces se convierten los activos en ingresos durante un período determinado.
3. Multiplicador del Capital (Apalancamiento Financiero): Este componente refleja el nivel de endeudamiento de la empresa.

Para calcular el ROE se toma en cuenta la relación entre estos componentes se expresa en la siguiente fórmula:

$$\text{ROE} = \text{Margen Neto} \times \text{Rotación de Activos} \times \text{Multiplicador del Capital}$$

Este enfoque permite a los gerentes identificar áreas específicas donde se pueden hacer mejoras para aumentar la rentabilidad general. Incluir el análisis Dupont en el estudio financiero del emprendimiento D’Kai brinda una perspectiva amplia sobre qué aspectos influyen en su rentabilidad.

Por lo que, más allá de identificar áreas críticas, brinda la oportunidad de poder tomar decisiones adecuadas para viabilice su competitividad en un mercado abierto como es Tibás, Costa Rica. Es decir, centrándose en los aspectos del ROE, D’Kai podrá mejorar su rendimiento y posicionarse mejor en el mercado.

2.2.5.1 Flujos de efectivo.

La estructura de los flujos de efectivo se organiza en tres categorías principales: actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación. Las actividades de operación reflejan el efectivo generado o utilizado en las operaciones diarias del negocio, como ventas y pagos de gastos. Las actividades de inversión abarcan los flujos de efectivo asociados con la compra y venta de activos a largo plazo, como propiedades y equipo, y muestran cómo se invierte en el crecimiento de la empresa. Finalmente, las actividades de financiación incluyen los flujos relacionados con la obtención y pago de fondos, como préstamos y emisión de acciones, y revelan cómo se financia el negocio y maneja su estructura de capital.

Correa & Correa, 2021

El EFE es el único estado financiero de propósito general base y que tiene el propósito de presentar información financiera relacionada con los recaudos y desembolsos de efectivo que las compañías han experimentado durante un periodo de tiempo específico. Adicionalmente, el EFE es un estado financiero dinámico (marginal) ya que combina información del ERI (dinámico) y del ESF. (p. 4)

2.2.5.2 Valor Actual Neto.

El valor actual neto (VAN) es una herramienta financiera utilizada para evaluar la viabilidad de un proyecto o inversión. Se calcula descontando todos los flujos de efectivo futuros esperados del proyecto al valor presente utilizando una tasa de descuento apropiada, y luego restando la inversión inicial. “El Valor Actual Neto (VAN) conocido también con el nombre de valor presente neto (VPN), es el valor monetario que resulta de restar a la inversión inicial la suma de los flujos descontados”. (Vaca et al, 2019, p. 470). La fórmula para su cálculo se expresa:

Ecuación 1 Valor Actual Neto

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{FNE_i}{(1 + t)^i}$$

Fuente: Vaca et al (2019)

Donde I_0 es la Inversión Inicial, t es la tasa de descuento, FNE es el Flujo Neto de Efectivo y n es el número de períodos de tiempo medidos.

2.2.5.3 Tasa interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), o Tasa Interna de Rentabilidad, es un indicador clave en la evaluación de inversiones y proyectos. Representa la tasa de descuento que iguala el valor

presente de los flujos de efectivo futuros con la inversión inicial, haciendo que el Valor Actual Neto (VAN) sea cero.

Vaca et al, 2019

La Tasa Interna de Retorno (TIR), conocida también como Tasa Interna de Rentabilidad, en términos generales es la tasa que hace que el VAN sea igual a cero, véase en la Ecuación 2 la relación entre el VAN y la TIR. También podemos decir que es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (p. 470)

Ecuación 2 *Tasa Interna de Retorno*

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{FNE_i}{(1 + TIR)^i} = 0$$

Fuente: Vaca et al (2019)

2.2.5.4 Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad se refiere al valor asociado a la mejor alternativa no elegida al momento de tomar una decisión. Al comparar dos o más opciones se deberá tomar en cuenta los costos, beneficios y consecuencias de cada una de las alternativas. Así como, se deberá tomar en cuenta el plazo de la inversión para así calcular las pérdidas relativas que se asumen al tomar una u otra decisión de forma que se pueda obtener el costo de oportunidad.

Gutierrez et al, 2023

En términos más simples, es aquello a lo que se renuncia al tomar una decisión. Un costo de oportunidad positivo muestra que se tomó una buena decisión, mientras que un costo de oportunidad negativo indica que habría sido mejor una decisión diferente. (p.5)

De esta forma se podrán evaluar distintas opciones, masificar recursos y tomar las mejores decisiones. El tener en cuenta el costo de oportunidad es crucial para tomar decisiones entendiendo las implicaciones que estas tendrán y optimizando el uso de recursos al considerar el beneficio potencial de las opciones de manera íntegra y no solo considerando el costo monetario.

Quispe et al, 2023

La toma de decisión juega un papel sumamente importante dentro de los Costos de Oportunidad, porque el hecho de tener la necesidad de elección, en un país económicamente inestable y con altos índices de desempleo y pobreza, resulta ser indispensable tomar la decisión adecuada, pues esto supone la renuncia a otras opciones. (p.49)

Para Sánchez, et al (2019), quien toma en cuenta lo propuesto por Krugman y Wells (2007) el costo de oportunidad podrá ser calculado con la ecuación:

$$\text{Costo de oportunidad} = \text{Costo Contable} + \text{Costo implícito}$$

Fuente: Elaboración propia con base en Sánchez et al. (2019).

Este proceso es vital tomar en cuenta cada identificar las opciones, calcular los beneficios de cada opción, seleccionar la mejor opción, calcular el costo de oportunidad y finalmente interpretar los resultados.

2.2.5.5 Costo de Capital

El costo de capital se refiere a la tasa de rendimiento mínima que una empresa debe obtener sobre sus inversiones para satisfacer las expectativas de los inversores y mantener su valor en el mercado. Este costo se puede entender como el costo de financiamiento de la empresa, ya que incluye tanto los recursos propios (capital social) como los ajenos (deuda) utilizados para financiar sus operaciones y proyectos.

Ramírez (2021) explica el costo del capital como:

La tasa de retorno o de rendimiento que un agente económico debe al menos obtener de los proyectos en los que invierte sus recursos. En el caso de una empresa, se refiere al rendimiento que requieren obtener sus diferentes inversiones o proyectos, con el fin de mantener el valor de sus acciones en los mercados, desde el punto de vista de los participantes en los mercados bursátiles, su costo de capital es la tasa de retorno mínimo que éstos requieren que les generen sus inversiones. (p. 3)

El costo de capital se define con algunas características como lo son:

La combinación de recursos: Se refiere a la mezcla del financiamiento propio y externo de la empresa u organización.

Tasa de Retorno Requerida: Es decir, el rendimiento mínimo que los inversores esperan obtener y que está mediado por el riesgo percibido de la inversión.

Impacto de decisiones financieras: Hace referencia a la evaluación de proyectos de inversión donde se determina si los rendimientos son viables a nivel financiero.

Existen tres tipos de Costo de Capital:

Costo de capital promedio ponderado: Es el promedio de costo de las fuentes de financiamiento de una empresa. Se utiliza para calcular el rendimiento mínimo que se debe tener para cubrir ciertos gastos. “Además, con él se determina si la empresa ofrece un buen nivel de rendimiento para los inversionistas, o si hace falta hacer ajustes en la estructura de financiamiento para mejorar la rentabilidad.” (Blum, 2023. Párr. 10).

Costo de capital propio: Se utiliza para determinar el rendimiento y beneficios que la empresa puede ofrecer a quienes invierten en ella. Parra (2020) menciona que Al analizar el costo de capital, se pueden tomar decisiones más informadas y evaluar la viabilidad de diversos proyectos de inversión, identificar las mejores alternativas para obtener financiamiento y determinar el valor de la empresa en el mercado.

Costo de Capital de trabajo: Se refiere a la rentabilidad que se debe ofrecer a terceros que financian las empresas y los gastos que se deben cubrir para mantener las actividades operativas.

Según la Superintendencia de Telecomunicaciones (2021). Artículo 13° - Costo de Capital Promedio Ponderado, para calcular el costo de capital, se debe emplear el cálculo del costo de capital promedio ponderado (WACC por sus siglas en inglés), que reúne tanto el valor de la deuda como de los fondos propios evaluados a los respectivos costos de oportunidad.

El desarrollo metodológico conocido como Weighted Average Cost of Capital, cuya traducción al español es: Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC): Calcula el costo total

ponderado de todas las fuentes de financiamiento, considerando tanto la deuda como el capital propio. La fórmula es:

$$WACC = \left(\frac{E}{V} \times K_e \right) + \left(\frac{D}{V} \times K_d \times (1 - T_c) \right)$$

Donde E es el valor del capital accionario, D es el valor de la deuda, K_e es el costo del capital propio, K_d es el costo de la deuda y T_c es la tasa impositiva.

Es importante tomar en cuenta el Costo del Capital Propio, el cual se calcula comúnmente utilizando el modelo:

$$K_e = R_f + \beta \times (R_m - R_f)$$

Donde R_f es la tasa libre de riesgo, β es la sensibilidad del activo y R_m es el rendimiento esperado del mercado. Conocer los costos de capital es esencial para la evaluación y gestión efectiva de inversiones, optimización del financiamiento y toma de decisiones estratégicas que aseguren el crecimiento y sostenibilidad empresarial.

2.2.5.6 Valor Futuro

Pérez (2024) plantea que,

El Valor Futuro (VF) es aquel indicador que otorga la posibilidad de analizar cómo se modificará la cotización de un flujo de dinero a largo plazo. En palabras más simple, se trata de un cálculo simple cuyo resultado es el valor de nuestro capital en un tiempo próximo. (párr. 11)

Para poder calcular y conocer el Valor Futuro o monto final que tendrá una inversión en una fecha planificada, debemos conocer la siguiente información para poder ejecutar el procedimiento necesario:

Para conocer el Valor Futuro de una inversión se debe conocer que:

- **VF**= valor futuro.
- **VA**= valor actual de inversión.
- **r**= tasa de interés simple.
- **n**= número de períodos.

Finalmente se aplica la fórmula:

$$VF = VA \times (1 + r)^n$$

Fuente: elaboración propia, 2024

Por su parte, Gomis (2021) rescata que: “El valor futuro de una inversión puede verse afectado por varios factores, como las tasas de interés, la inflación, el riesgo de la inversión, el tiempo y las condiciones económicas y del mercado.” (Gomis,2021, párr. 34)

Una vez conociendo el valor futuro se puede realizar una planificación financiera que permita anticipar el resultado de las inversiones, proporcionando una perspectiva de cómo puede aumentar el capital con el tiempo, tomando en cuenta la evaluación y comparación de distintas oportunidades de inversión.

2.2.5.7 Gestión contable

La gestión contable hace referencia al proceso de registro, clasificación, análisis e interpretación de la información financiera de una organización.

Buscando como objetivo principal proporcionar datos precisos y relevantes que ayuden en la toma de decisiones, el control financiero y la planificación estratégica de la empresa.

Linzan & Palma,2023

En un sentido amplio, la gestión contable sirve como un recurso esencial para los directivos de las organizaciones. Su función principal es doble: en primer lugar, supervisar las actividades individuales y áreas funcionales que caen bajo el ámbito del gerente y, en segundo lugar, coordinar y armonizar estas actividades y funciones dentro de la estructura general de la organización. (p. 435)

Es por estos motivos que la gestión contable es un elemento esencial para las organizaciones, ya que no solo permite el cumplimiento normativo, sino que también proporciona información crítica para la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo a largo plazo del negocio permitiendo predecir inconsistencias o alcances para así tomar decisiones importantes de manera precisa.

2.3.4 Valor compartido

El valor compartido es un concepto en economía y gestión empresarial que se refiere a la creación de valor económico de manera que también se genere valor social o ambiental. El valor compartido es un “mecanismo de generación de beneficios, pero esto se atenúa con la capacidad de reunir visiones de naturaleza compartida tanto dentro de la base de clientes como de la empresa” (Cifuentes et al, 2021, pp. 552-553).

El valor compartido no solo busca la rentabilidad, sino que también fomenta la cooperación y la alineación de intereses entre la empresa y su entorno. La capacidad de reunir visiones de naturaleza compartida es clave, ya que implica que tanto los valores internos de la empresa como las expectativas y necesidades de los clientes se integran en la estrategia empresarial.

“La creación de valor compartido (cvc) se basa en las conexiones entre el progreso social y económico, y tiene el potencial de desencadenar la próxima era de crecimiento mundial y de mayor ventaja competitiva” (Flores & Muñoz, 2020, p. 6).

El trabajo de Flores & Muñoz (2020) va más allá de la obtención de beneficios tradicionales; se enfoca en generar un impacto positivo en la sociedad que, a su vez, beneficia a la empresa. La CVC establece que las empresas que impulsan el progreso social (por ejemplo, mejorando la educación, la salud, o las oportunidades económicas en sus comunidades) también fortalecen su posición en el mercado y crean barreras para sus competidores.

2.3.5 Ventaja competitiva

Según Romero et al (2020) la ventaja competitiva representa características que diferencian un producto o servicio de una empresa, frente al producto o servicio de otras organizaciones.

...la ventaja competitiva radica en las muchas y variadas actividades discretas que desempeña una empresa, en cuanto al diseño, producción, mercadeo, entrega y apoyo de sus productos; continúa el mismo autor diciendo que cada una de las diferentes actividades que desarrolla una empresa puede contribuir a la posición de costo relativo

de éstas y crear una base para la diferenciación; y finaliza expresando que la ventaja competitiva es el aspecto esencial del desempeño en los mercados competitivos. (Romero et al, 2020, p. 469)

Para Romero et al. (2020) la CVC establece que las empresas que impulsan el progreso social (por ejemplo, mejorando la educación, la salud, o las oportunidades económicas en sus comunidades) también fortalecen su posición en el mercado y crean barreras para sus competidores.

2.2.5.1 Tipos de ventajas

A continuación, se presenta una imagen la cual expone de forma clara las ventajas competitivas y la forma en que estas se dividen según su tipo de ventaja:

Figura 2 *Ventajas competitivas*



Fuente: Fernández (2022)

De conformidad con Fernández (2022) la diferenciación se refiere a la capacidad de una empresa para ofrecer productos o servicios que sean percibidos por los clientes como únicos o

distintos en comparación con los de la competencia. Esta ventaja competitiva se basa en crear una oferta que destaque en aspectos como la calidad, el diseño, la innovación, las características especiales o el servicio al cliente. Los consumidores están dispuestos a pagar un precio premium por productos que consideran superiores o más exclusivos.

Así mismo igual Fernández (2022) explica que la ventaja en costes se refiere a la capacidad de una empresa para producir y vender productos o servicios a un costo menor que sus competidores, lo que le permite ofrecer precios más bajos o mantener márgenes de ganancia más altos. Las empresas con ventaja en costes suelen obtener eficiencia operativa, economías de escala, optimización de la cadena de suministro y control de costos para superar a sus competidores.

Fernández (2022) comenta que la estrategia de nicho o especialización se centra en atender a un segmento de mercado específico, en lugar de intentar abarcar todo el mercado. Las empresas que siguen esta estrategia se especializan en satisfacer necesidades muy particulares de un grupo reducido de consumidores, ofreciendo productos o servicios altamente adaptados a sus gustos, deseos o requerimientos.

Así mismo Treviño et al (2020) definen “la ventaja competitiva es algo que está en constante crecimiento ligado a la capacidad que tiene la organización para generar y agregar valor en el mercado en el que se desarrolla”. (Treviño et al, 2020, p. 1168).

La cita de Treviño et al. (2020) plantea que la ventaja competitiva no es un estado fijo, sino un proceso dinámico en constante evolución. Su crecimiento está directamente relacionado con la capacidad de la organización para innovar y aportar valor de manera continua en el mercado en el que opera.

2.2.6 Distribución

La distribución es según Totvs (2021)

El proceso que involucra la administración de materiales, es decir, desde el producto que sale de la línea de producción hasta la etapa final del proceso. Así, en cuanto la fábrica pone a la venta un producto, pasa al distribuidor, quien lo vende al minorista y, posteriormente, llega a manos del consumidor final.

(párr. 3)

La cita describe el proceso de administración de materiales, que abarca todas las etapas desde que un producto se completa en la línea de producción hasta que llega al consumidor final. Según Totvs (2021) este proceso involucra a varios actores importantes: primero, la fábrica que fabrica el producto; luego, el distribuidor que lo compra; seguido por el minorista que lo comercializa al público; y, por último, el cliente que lo adquiere.

La administración de materiales es esencial para asegurar una cadena de suministro eficiente y una entrega oportuna, de manera que cada uno de estos pasos esté coordinado para satisfacer la demanda del consumidor de manera óptima.

2.3.6.1 Canal de Distribución

Los canales de distribución se entienden como las rutas o medios que siguen los productos desde el momento de su fabricación hasta el momento en que llegan al consumidor final. Estos canales son necesarios para determinar como se distribuyen los bienes y servicios en el mercado. A continuación, se presenta una imagen que los ejemplifica.

Figura 3 Canal de distribución



Fuente: Díaz (2017)

- Productor crea el producto.
- Mayorista compra grandes cantidades y distribuye a los minoristas.
- Minorista vende los productos en pequeñas cantidades al consumidor final.
- Consumidor es el destinatario final del producto.

Este tipo de canal según Díaz es muy eficiente para productos de consumo masivo, como alimentos, ropa, electrónicos, etc., ya que permite que los productos lleguen a una amplia base de consumidores a través de intermediarios, facilitando la distribución y reduciendo los costos para los productores. Sin embargo, a medida que aumenta el número de intermediarios, los márgenes de ganancia del productor suelen disminuir debido a la participación de los mayoristas y minoristas.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

El marco contextual “incluye información referida al escenario físico y temporal de una determinada situación” (Masters, 2022, párr. 2). A continuación, se presenta el contexto de la empresa en investigación:

2.3.1 Historia de D´kai

D´kai es una empresa que nació en Llorente de Tibás, en el 2023, cuando la propietaria de profesión nutricionista, encontró la necesidad de crear una empresa que elaborara productos saludables en donde hubiera un beneficio para sus clientes.

Es ahí donde nace D´kai, una empresa donde se pueden encontrar pastas altas en proteína, sin gluten y veganas. Dichos productos se buscan que mejore la calidad los alimentos para todo tipo de persona.

D´kai se ubica en Tibás, la idea empezó con 2 personas la propietaria y la mamá, quienes se encargaban de administrar, producir y distribuir los productos. Poco a poco fue creciendo y ahora cuenta con 5 personas quienes se encargan desde la administradora propietaria, dos personas en producción, una persona en finanzas y una persona en distribución.

La distribución se maneja por pedidos por medio de WhatsApp y se hacen entregas estratégicamente en San José y Heredia nada más. Próximamente se espera tener los productos en supermercados.

La idea a futuro es generar más diversidad de productos siguiendo la línea saludable y poder ayudar y beneficiar a más población y extender la distribución por todo el territorio nacional.

2.3.2 Misión y Visión

La misión y la visión son elementos esenciales para estructurar y definir el marco estratégico de una empresa. Por lo que, establecer como un horizonte la misión y visión de la empresa permitirá crear una identidad, propósito y dirección. Estableciendo así el orden principal que la empresa transmitirá a las partes interesadas y en las cuales basará sus funciones.

Contreras, et al. (2020), mencionado a Collins & Porras (1996) define la misión de una empresa como:

La ideología central que determina el carácter duradero de una organización, proporcionando una identidad coherente que trasciende la vida del producto o ciclos de comercialización, los avances tecnológicos, las modas de gestión y los líderes individuales. De hecho, los autores afirman que la más duradera y significativa contribución de los que construyeron compañías visionarias es la ideología central. (p. 405)

Por otra parte, según Kirkpatrick (2017), mencionado en Contreras, et al. (2020)

La visión es el impacto positivo que la organización quiere tener, una declaración de visión es una descripción formal del estado futuro deseado en la organización a largo plazo. Estudios demuestran que las empresas cuya visión se centra en un estado futuro deseado, están mejor preparadas para el cambio. (p. 407)

Por lo que, para la empresa en la que se trabajó en esta investigación, la misión y visión son las siguientes:

Misión: Dedicar a satisfacer las necesidades nutricionales de nuestros clientes, preparando y ofreciendo alimentos y servicios de la calidad más alta y una atención personalizada que asegure su satisfacción.

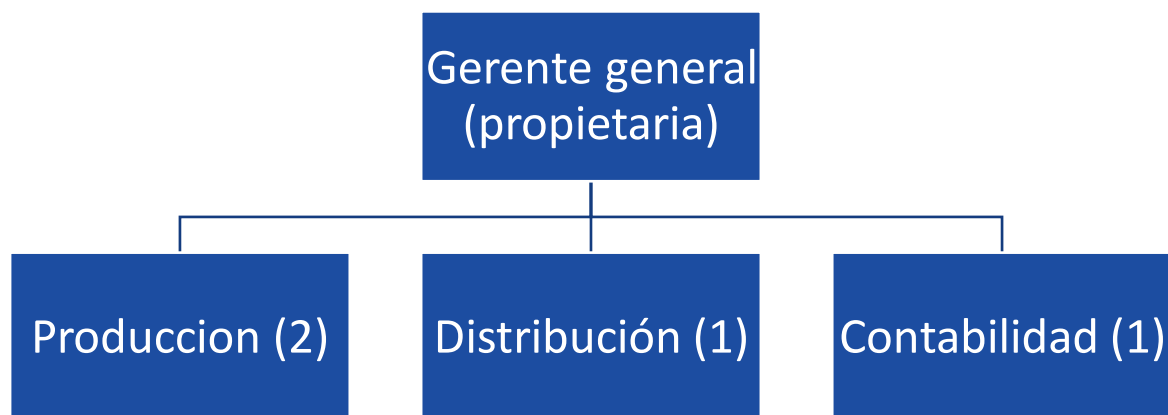
Visión: Conseguir crecer a nivel nacional, conservando siempre nuestra calidad y una excelente atención y servicio. Además de llegar a más personas cada día mediante un servicio más accesible.

2.3.3 Organigrama

El organigrama es un elemento gráfico utilizado para representar la estructura organizativa de una empresa o institución. En esta se ilustra cómo se distribuyen las funciones, departamentos y niveles jerárquicos dentro de la organización. En los organigramas se puede observar la relación jerárquica de los reportes y tareas de la empresa.

“Un organigrama es un esquema o representación gráfica de la estructura de una organización, que refleja los departamentos con su respectivo responsable a cargo y cómo se relaciona cada área entre sí.”

Figura 4 Organigrama



Fuente: Elaboración propia, 2024

Como puede observarse en la figura anterior tenemos que la gerente general es la propietaria y su organización se divide en 3 áreas:

- Producción: Se encarga de la elaboración del producto, según los requerimientos del consumidor.
- Distribución: Esta área, su función es la de entregar el producto terminado al cliente, según sea el área geográfica que se encuentre.
- Contabilidad: Se encarga de llevar los registros contables de las compras y ventas que se realizan periodo a periodo y velar por que se cumpla con la legislación que establece el Ministerio de Hacienda de Costa Rica.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico de una tesis es una sección fundamental que describe los enfoques y los procedimientos desde los que se referían al estudio. Su función es justificar cómo se estructuró el estudio, qué métodos se centralizar en la recopilación de datos y el y cómo estos procedimientos responden a las preguntas planteadas y las hipótesis de la investigación. Por lo tanto, para constituir una defensa sólida, un investigador debe justificar si la metodología elegida es razonable y adecuada para lograr el resultado deseado.

3.1. Enfoque

El enfoque es la perspectiva o la estrategia general que guía cómo se llevará a cabo la investigación, y cómo se recogerán, analizarán e interpretarán los datos. Principalmente, hay 3 tipos de enfoque: cualitativo, cuantitativo y mixto.

Una perspectiva cualitativa es cuando se exploran fenómenos, experiencias o comportamientos para una mejor comprensión desde el punto de vista subjetivo. Algunas técnicas son entrevistas, grupos focales, observaciones y análisis de textos. El enfoque cualitativo busca las percepciones, experiencias, sentimientos u opiniones que las personas tienen sobre su realidad.

En comparación, una perspectiva cuantitativa se basa en datos numéricos y busca identificar patrones, hallazgos o correlaciones. Para recabar datos se utilizan encuestas, experimentos y análisis estadísticos. Una perspectiva cuantitativa monitorea a números y considera la identificación de patrones y correlaciones. Con el enfoque cuantitativo, los resultados se generalizan a partir de muestras representativas.

Según Hernández et. al (2014) citado por Huaman et. al (2021) el enfoque mixto “es un enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio”

Este trabajo se realiza con la ayuda de un enfoque mixto que se basa no solo en el tipo de datos recopilados, sino también en la forma de operar de todo el proceso de investigación. En

general, la unión de los enfoques cualitativos y cuantitativos es necesaria para garantizar una respuesta de los resultados recopilados de los instrumentos en el sentido completo de los resultados y asegurarse de que las conclusiones sean respuestas desde los lados numérico y detallado.

3.2. Alcance

La determinación de alcance de una investigación es vital, ya que establece la mirada y los límites que tendrá el estudio, lo que le permite al investigador determinar con precisión cuáles serán los factores que se abordarán, la contextualización de estos, las variables a analizar y las posibles restricciones. Esto no solo brinda un marco a seguir durante el desarrollo del trabajo, sino que también ayuda a evitar desvíos o sobrecarga de información que no sea necesaria. Por otro lado, brinda la posibilidad a los lectores de instaurar el marco en el cual se desarrolló el trabajo, simplificando la observación y análisis de los resultados obtenidos, así como las conclusiones parenéticas expuestas.

“El alcance especifica lo que explorará el estudio, como la población seleccionada, el alcance o la duración del estudio. Las delimitaciones son factores y variables que no se incluyen en el estudio”. (Aje, 2022, p.1) La cita de Aje (2022) presenta una distinción fundamental entre el alcance y las delimitaciones en un estudio de investigación. El alcance se refiere a los elementos que el estudio cubrirá activamente, incluyendo aspectos como la población de interés, el marco temporal y el contenido a explorar. Es, en esencia, la "dimensión" o "extensión" del estudio, que define lo que estará bajo examen y cuál será el enfoque general de la investigación. Por otro lado, las delimitaciones representan los límites establecidos por el investigador, es decir, factores o variables que se deciden excluir.

3.2.1 Alcance descriptivo

Universidad Estatal de Milagro, 2020.

En este tipo de alcance en la investigación, ya son conocidas las características del fenómeno en estudio y lo que se aspira buscar, es la exposición y descripción de los aspectos presentes en un determinado grupo de personas. En el proceso de las investigaciones descriptivas cuantitativas se aplican análisis de datos estadísticos de tendencia central y dispersión. En este tipo de alcance investigativo es viable, pero no imprescindible, plantear una hipótesis que busque caracterizar el fenómeno del estudio (p.7)

El alcance descriptivo en la investigación, según la cita Universidad Estatal de Milagro (2020), se centra en la exposición y descripción detallada de un fenómeno ya conocido, especialmente en un grupo determinado de personas. Este tipo de investigación no busca establecer relaciones causales o explicativas, sino más bien obtener una visión clara y precisa de las características, comportamientos o aspectos del fenómeno estudiado. La principal herramienta en este tipo de estudio es la recolección y análisis de datos cuantitativos, utilizando técnicas estadísticas como la tendencia central y la dispersión para caracterizar las variables del estudio.

3.2.2 Alcance exploratorio

Este tipo de investigaciones de alcance exploratorio, se pueden utilizar tanto en el paradigma cualitativo, como cuantitativo.

Universidad Estatal de Milagro, 2020.

En el alcance exploratorio, la investigación puede considerarse como aplicada en los distintos fenómenos sociales que no se han investigado con anterioridad y se tiene el

interés de indagar e inspeccionar sus características, factores que inciden, hechos entre otros aspectos. (p.8)

3.2.3 Alcance correlacional

Este tipo de alcance para un estudio surge la necesidad de proponer una relación entre dos o más variables. “En el tipo de investigación cuantitativo se procede la aplicación de los procesos estadísticos inferenciales que permite expandir los resultados de la investigación para toda la población”. (Universidad Estatal De Milagro, 2020, p.10)

El alcance descriptivo y exploratorio es apropiado para el presente trabajo ya que reúne dos enfoques que se complementan y permiten conocer mejor la realidad de un emprendimiento. Por un lado, el alcance exploratorio es ideal para descubrir y comprender nuevas variables o factores que no se hayan estudiado en profundidad en ese contexto específico, brindando la base para futuras investigaciones. Por otro lado, el alcance descriptivo permite caracterizar con detalle y precisión los factores económicos y financieros, mostrando cómo impactan en la viabilidad del emprendimiento. Ambos alcances permiten, por lo tanto, descubrir y describir el contexto y las condiciones que afectan al caso D’Kai.

3.3. Diseño

Establecer el diseño de una investigación es esencial ya que sirve como un plan y un marco para guiar todo el proceso de investigación, desde la recolección de datos hasta el análisis e interpretación de los hallazgos. Un diseño sólidamente configurado permite verificar la idoneidad de los métodos empleados para abordar las preguntas de investigación, asegurar la validez y confiabilidad de los datos y mantener la consistencia a lo largo del estudio. Asimismo, ayuda a prevenir errores metodológicos, optimizar la distribución de recursos y tiempo e incluso ofrecer la base para futuras investigaciones o extensiones.

Un diseño de investigación se define como el plan o estructura general que guía el proceso de realización de la investigación. Se trata de un componente esencial del proceso de investigación y sirve de modelo para determinar cómo se llevará a cabo un estudio, incluidos los métodos y técnicas que se utilizarán para recopilar y analizar los datos. Un estudio de investigación bien diseñado es esencial para garantizar que se cumplen los objetivos de la investigación y que los resultados son válidos y fiables. (Jain, 2023, p.1)

El fragmento anterior subraya que el propósito final del diseño es obtener los datos necesarios que, al ser analizados, proporcionarán las respuestas o las explicaciones que buscan los investigadores. El diseño no es solo una formalidad, sino una herramienta estratégica que guía la investigación hacia resultados confiables y válidos. A través de un diseño adecuado, se pueden minimizar sesgos, maximizar la eficiencia en la recolección de datos y garantizar que el estudio se ajuste a los objetivos propuestos.

3.3.1. Diseños experimentales

Los diseños experimentales son un tipo de diseño de investigación que busca establecer relaciones causales entre variables, es decir, cómo un factor o variable independiente influye o causa cambios en una variable dependiente.

La investigación experimental se caracteriza por la manipulación intencionada de la variable independiente y el análisis de su impacto sobre una variable dependiente. En cuanto a sus sub-diseños se encuentran los estudios de tipo: (a) pre-experimental, caracterizado por realizar una intervención únicamente en un grupo, (b) cuasi-experimental, en el cual se trabaja con un grupo experimental (o más), un grupo control y se asigna a los participantes a ambos grupos es de forma no probabilística y (c) el tipo experimental, en el cual se cuenta con uno o más grupos de intervención, un grupo control

y la asignación de los participantes en los diferentes grupos se lo hace de manera aleatoria probabilística. (Ramos, 2021, p.1)

En estos diseños, se manipulan deliberadamente variables independientes (las causas) para observar su impacto en las variables dependientes (los efectos). La estructura de control es fundamental para garantizar que los resultados sean atribuibles a la intervención específica y no a factores externos.

3.3.2. Diseños factoriales

Los diseños factoriales son un tipo de diseño experimental que se utiliza para estudiar los efectos de dos o más variables independientes (factores), sobre una o más variables dependientes. En estos diseños, se manipulan simultáneamente todas las combinaciones posibles de los niveles de los factores para observar sus efectos tanto por separado como de manera combinada.

El diseño factorial completo se distingue por ser un enfoque de experimentación sólido y esclarecedor en todas las industrias. La fortaleza del diseño factorial reside en emular de forma realista los matices de la dinámica donde las variables interactúan de forma intrincada y no lineal. Considerar las interacciones evita la simplificación excesiva. Esto arroja luz sobre las realidades subyacentes, facilitando la toma de decisiones informadas y el perfeccionamiento. (6Sigma, 2024, p.1)

La manipulación de dos o más variables independientes y que cada una de estas variables puede tener dos o más niveles o modalidades. Esta característica permite una investigación más detallada, ya que, al combinar los distintos niveles de las variables, el investigador puede estudiar tanto los efectos principales de cada variable como las interacciones entre ellas.

La idea clave aquí es que todos los niveles de cada variable independiente se combinan con los niveles de las demás variables, lo que facilita una exploración más completa y precisa de las relaciones causales. Este tipo de diseño es comúnmente utilizado en investigaciones experimentales, ya que permite controlar múltiples factores simultáneamente, maximizando la cantidad de información obtenida en un solo estudio.

3.3.3. Diseños no experimentales

La investigación no experimental es el tipo de investigación que carece de una variable independiente. En cambio, el investigador observa el contexto en el que se desarrolla el fenómeno y lo analiza para obtener información. (Velásquez, 2024, p.1)

3.3.3.1. Diseño transeccional descriptivo

Su propósito es describir la situación o las características de una población en un momento específico. Se centra en observar cómo son las variables sin establecer relaciones entre ellas. Por ejemplo, una encuesta que recoge información sobre el nivel de satisfacción de los empleados en una empresa. (Kiss, 2024, p,1)

3.3.3.2. Diseños transeccionales (transversales)

La investigación transversal se utiliza para observar y analizar un momento exacto de la investigación para abarcar diversos grupos o muestras de estudio. (Velásquez, 2024, p.1)

Este tipo de investigación se divide en:

- **Descriptiva:** Cuando se observan los valores donde se presentan una o más variables para que al obtener los datos, se realice una descripción de ellos.
- **Causal:** Se encarga de explicar las razones y relación que existe entre las variables en un tiempo determinado. (Velásquez, 2024, p.1)

3.3.3.3. Diseños transeccionales correccionales-causales

Su objetivo es identificar relaciones o asociaciones entre variables en un solo momento, aunque sin afirmar una relación de causa-efecto. Por ejemplo, se puede investigar si existe una relación entre el nivel educativo y los ingresos de las personas en un momento dado. (Kiss, 2024, p,1)

El diseño apropiado para el presente trabajo según lo descrito anteriormente es el transversal, ya que para analizar los factores que influyen en la viabilidad del emprendimiento en un determinado cuatrimestre, se requiere de un solo momento en que las variables a estudiar o medir ya hayan ocurrido o sucedido anteriormente. De esta manera, el diseño corresponde si se desea realizar una “fotografía” de cómo se encuentran las variables en un tiempo delimitado, lo que facilitaría la recolección y análisis de los datos para determinar patrones y explicar las relaciones entre las variables económicas y financieras en un periodo específico. Por lo tanto, es un diseño eficiente en términos de tiempo y recursos y proporciona suficiente información para ayudar a determinar si será viable operar el negocio durante el cuatrimestre en cuestión.

3.4. Unidad de análisis u objeto de estudio

Definir la unidad de análisis en una investigación es crucial porque detalla el sujeto a ser analizado y estudiado, ya sea individuos, grupos, organizaciones, eventos o cualquier otro fenómeno. Por tanto, es una ligación específica de análisis, y, al mismo tiempo, proporciona un principio para la recolección de datos y su análisis, que refleja necesidades de la investigación. Un aspecto más delimitador es que las conclusiones se refieren directamente a la entidad y su análisis; por lo tanto, se evita cualquier ambigüedad y los resultados son directamente relevantes para los sujetos y el fenómeno relevante.

3.4.1. Población

Definir la población en una investigación es fundamental porque establece el marco de referencia sobre el cual se van a realizar los análisis y conclusiones. La población es el grupo de individuos, elementos o casos que comparten características comunes y que son objeto de estudio en una investigación. Definir claramente la población permite a los investigadores enfocar sus recursos y esfuerzos en el análisis de un conjunto relevante de datos, lo que asegura que los resultados sean representativos y aplicables al grupo que se pretende estudiar.

De acuerdo con Carrasco (2017) citado por Huaman et.al (2021); “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. (p.60)

Para la presente investigación la población a considerar serían 5 colaboradores del emprendimiento D´Kai, los posibles proveedores (cuya cantidad se determinará durante la investigación), 3 expertos económicos, y una población potencial de clientes estimada en 382 individuos, de los cuales se tomará una muestra aleatoria para asegurar la representatividad.

3.4.2. Tipo de muestra

Según Carrasco (2017) citado por Huaman et.al (2021); a cada uno de los elementos o individuos que conforman la muestra de estudio, se les conoce como unidades de análisis o sujetos de estudio. La muestra, de acuerdo “es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella”. (p.60)

A continuación, se detallan los tipos de muestras:

3.4.2.1 Muestra probabilística.

En este caso la obtención de la muestra representativa se sustenta en el uso de medios estadísticos, como por ejemplo la ecuación de poblaciones finitas o la ecuación de

poblaciones infinitas, existen otros tipos de muestras, pero las mencionadas son las más empleadas. (Huaman et. al, 2021, p. 60)

3.4.2.2 Muestra no probabilística o dirigida

Es un tipo de selección de muestra de estudio, en la que no todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, por lo cual, no son representativos y el margen de error o sesgos en la selección de la muestra, es mayor, debido a que, en este tipo de muestreo, no se calcula el error muestral. (Huaman et. al, 2021, p. 63)

La muestra probabilística es adecuada para la presente investigación ya que evita el sesgo en la selección de los participantes. De hecho, la muestra garantiza que todos los posibles participantes, especialmente los clientes potenciales, tengan las mismas posibilidades de ser seleccionados. Como resultado, la muestra resulta ser más representativa de la población total, lo que hace que los resultados sean más coherentes y aplicables. En concreto, la falta de sesgo en la selección de los participantes posibilita una visión más precisa de los factores económicos y financieros que ejercen la viabilidad del emprendimiento. Dado que los datos son más coherentes con el comportamiento real del mercado y de los clientes, es más probable que el marco conceptual se ajuste a los resultados.

Según la última estimación de población y vivienda realizada por el INEC realizado en el 2022, la población total del cantón de Tibás es de 86,065 habitantes. Dicho lo anterior se determinó que la muestra, de acuerdo a la población económicamente activa, tanto hombres y mujeres, es de 382 personas.

Para calcular el tamaño de la muestra de la presente investigación de los posibles clientes, se usó la fórmula para muestras aleatorias simples:

Ecuación 3 *Muestra no probabilística*

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

$$n = \frac{86,065 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,05)^2 \cdot (86,065-1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)} = 382$$

Fuente: Elaboración propia, 2025

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z= valor Z correspondiente al nivel de confianza deseado (por ejemplo, 1.96 para un 95% de confianza)

p = proporción esperada de la población (si no se conoce, se usa 0.5 para maximizar el tamaño de la muestra)

e = margen de error tolerable (comúnmente 0.05 o 5%)

3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión y exclusión en una investigación son las características que guían qué participantes, datos o elementos serán considerados o excluidos del estudio. Los criterios de inclusión son aquellas características que los sujetos deben reunir para ser parte de la muestra como edad, género, ubicación geográfica u otra condición específica relacionada con el objeto de estudio. Por otro lado, los criterios de exclusión son las características o condiciones que impiden la participación, como la presencia de variables que podrían sesgar los resultados o cuyo interés no sea el de la investigación. Estos criterios son esenciales para dotar de validez,

coherencia y relevancia a los datos, asegurando que la muestra sea fiel a la realidad de los hechos.

Dentro de lo que es el desarrollo del presente trabajo final de graduación se está centrando en establecer mediante un cuadro lo que se ubican con las variables, las definiciones conceptuales y las definiciones operacionales de los distintos objetivos específicos que se establecieron para el desarrollo de este trabajo de investigación, dichos apartados se van a ir desarrollando a lo largo del capítulo cuarto con el fin de que el lector pueda comprender a cabalidad lo que significa cada uno de los apartados.

Tabla 1 *Criterios de Inclusión y Exclusión*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Colaboradores del emprendimiento D´Kai (5 personas)	Personas que no trabajan directamente con D´Kai
Expertos en economía con experiencia en viabilidad empresarial (3 personas)	Expertos sin experiencia en temas económicos o financieros
Clientes potenciales que residen o frecuentan la zona de Tibás	Clientes potenciales fuera del áreas geográfica de Tibás
Proveedores actuales o interesados en colaborar con D´Kai	Proveedores sin relación comercial previa o interés en colaborar
Clientes que participan en el estudio de forma voluntaria	Clientes que no aceptan participar en encuestas o entrevistas
Personas mayores de 18 años	Menores de 18 años

Fuente: Elaboración propia, (2024).

3.4.4. Consideraciones éticas

La investigación realizada en la presente investigación se realiza como un requisito para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Banca y Finanzas, la cual puede servir de consulta para proyectos similares.

Las consideraciones sobre las que se basará el proceso de recopilación y análisis de los datos son las siguientes:

- **Consentimiento informado:** todos los participantes deben ser previamente informados sobre los objetivos, métodos y posibles implicaciones del estudio, y deben participar de manera voluntaria.
- **Confidencialidad y anonimato:** la información personal o financiera de los participantes, en especial de los colaboradores, clientes y proveedores estudiados debe ser tratada con confidencialidad, lo cual incluye la no compartición con terceras personas y la no autorización para uso posterior.
- **Transparencia:** los mecanismos para la recolección de los datos no deben ser utilizados con la intención de perjudicar a alguna de las partes estudiadas y sea revelado previamente a las mismas, No maleficencia: el estudio no debe causar daño emocional, económico o profesional a los participantes, y eventuales informaciones sensibles que puedan afectar a la empresa deben ser protegidas.
- **Imparcialidad:** el estudio debe realizarse sin sesgo y mostrar resultados fieles a la realidad de la empresa, sus proveedores y clientes.
- **Retractación voluntaria:** los participantes tienen la voluntad de retractación en cualquier momento sin consecuencias adversas.

Todas estas consideraciones aseguran que los derechos de todas las partes sean respetados y sean éticamente válidas y correctas, además de garantizar la integridad de los datos recolectados.

3.5. Instrumentos para la recolección de la información

Los instrumentos de recolección de datos son entonces, los medios o recursos con los que se van a recopilar la información de los individuos, de manera directa (teniendo a disposición

la muestra, como en el caso de la entrevista, la encuesta, la observación o la psicométrica), o de manera indirecta (cuando no es necesaria la disponibilidad de los sujetos de estudio, como es en el análisis documental). (Huaman et. al, 2021, p. 72)

- **Entrevista**

Muguira (2023) indica que;

La entrevista es uno de los métodos cualitativos más utilizados en la investigación. Es por ello por lo que abordaremos los diferentes tipos de entrevistas que puedes utilizar para obtener la información que necesitas. La entrevista de investigación es uno de los métodos de recopilación de datos informativos. Este método permite recoger y analizar varios elementos: la opinión, la actitud, los sentimientos, las representaciones de la persona entrevistada. (p.1)

- **Encuesta**

Gómez (2023) indica que;

Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa. (p.1)

- **Análisis de datos**

Según Pursell (2024);

El análisis de datos es un proceso sistemático que implica recopilar, organizar, interpretar y presentar datos con el objetivo de descubrir patrones, tendencias y relaciones

significativas. Esta práctica, también conocida como analítica de datos, se ha convertido en una herramienta fundamental en diversas disciplinas, desde los negocios hasta la ciencia. (p.1)

Para la evaluación de los costos iniciales y recurrentes asociados con el emprendimiento D´Kai, se plantea implementar una entrevista a proveedores y un análisis documental de documentos financieros.

Para el análisis de proyecciones de ingresos y flujos de efectivo, se propone realizar una encuesta a clientes potenciales y generar un modelo financiero que incluya las proyecciones de ingresos y flujos de efectivo en escenarios de mercado.

Para examinar los factores económicos y financieros externos que pueden impactar la viabilidad del emprendimiento, se realizará una entrevista a expertos económicos y un análisis de datos macroeconómicos.

Tabla 2 *Técnicas e instrumentos para la recolección de información*

Objetivo Específico	Instrumento de Investigación
Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024.	Entrevista a proveedores y análisis documental de documentos financieros del emprendimiento.
Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.	Encuesta a clientes potenciales y modelo financiero para proyectar ingresos y flujos de efectivo en escenarios de mercado.
Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.	Entrevista a expertos económicos y análisis de datos macroeconómicos.

Fuente: Elaboración propia, (2024).

3.6. Variables

Las variables en una investigación son características, atributos o factores que pueden variar o tomar diferentes valores dentro de un estudio. Son elementos fundamentales para la recolección y análisis de datos, ya que representan las propiedades que se desean medir o estudiar en los sujetos o fenómenos investigados.

Parra (2024) indica que;

Una variable de investigación o variable de estudio es un término que se utiliza para referirse a cualquier tipo de relación de causa y efecto. En términos generales, una variable representa un atributo medible que cambia a lo largo de un experimento comprobando los resultados. Estos atributos cuentan con diferentes medidas, dependiendo tanto de las variables, del contexto del estudio o de los límites que los investigadores consideren. (p.1)

3.6.1. Definición conceptual

“Las variables conceptuales son generalmente expresadas en términos generales, teóricos, subjetivos o cualitativos”. (Explorable, 2024, p.1)

3.6.2. Definición operacional

Según Morán y Alvarado (2010) citados por Arias (2021); “la operacionalización de variables consiste en un conjunto de técnicas y métodos que permiten medir la variable en una investigación, es un proceso de separación y análisis de la variable en sus componentes que permiten medirla”. (p.46)

A continuación, se detallan las variables que se analizarán durante el proceso de investigación del presente trabajo:

Tabla 3 *Variables del proceso investigativo*

Objetivo Específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Objetivo #1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D'Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024.	Costo total de inversión	Es la cantidad total de dinero que se necesita para poner en marcha y mantener las operaciones del emprendimiento. Incluye tanto la inversión inicial como los costos recurrentes asociados a su funcionamiento. (Agudelo et al. (2023)	Suma de los costos fijos (equipamiento, alquiler, licencias) y variables (materia prima, personal, servicios) necesarios para que D'Kai funcione durante el tercer cuatrimestre de 2024.
Objetivo #2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.	Ingresos proyectados	Estimación del total de dinero que el emprendimiento puede generar durante un periodo determinado, en función de la demanda esperada y del mercado objetivo. Brenes (2024)	Cálculo de ingresos mensuales basados en el número esperado de clientes, precio promedio de productos, y frecuencia de compra, considerando el tamaño del mercado objetivo de Tibás y sus alrededores.
Objetivo #3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados	Factores económicos clave	Conjunto de variables externas que influyen en la operación del negocio, tales como la competencia, las normativas legales vigentes, y las fluctuaciones en la demanda del mercado. Cepeda et al. (2021)	Identificación y análisis de los principales competidores de D'Kai en Tibás, revisión del marco regulatorio aplicable a negocios similares, y estudio de las tendencias de consumo en el sector de alimentos y bebidas en la zona durante 2024.

Fuente: Elaboración propia, (2024).

3.7. Estrategia de análisis de los datos

Objetivo #1: Evaluar los costos iniciales y recurrentes asociados con el emprendimiento D´Kai.

- Instrumentos: entrevista con proveedores, documentación relacionada con el negocio.
- Procedimiento de análisis: recolección de datos específicos con respecto a los costos de los bienes y servicios ofrecidos por los proveedores. Se evaluarán las respuestas para identificar los costos de la inversión inicial y los gastos operativos recurrentes.
- Análisis documental: recolección y comprensión de la documentación y la presentación de informes financieros de la mercancía para obtener datos precisos acerca de los costos ya existentes y los servicios recurrentes.

Objetivo #2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada.

- Instrumentos: encuesta a clientes potenciales y modelo financiero.
- Procedimiento de análisis: encuesta a los clientes potenciales diseñar y administrar encuestas para obtener información sobre la demanda y preferencias del segmento objetivo de mercado. Con los resultados de la encuesta, se estimará la demanda esperada y las expectativas de ingresos.
- Modelo financiero: Se diseñará un modelo financiero con los datos de la encuesta y las proyecciones de ventas. Se usarán técnicas de análisis de escenarios para prevenir los ingresos y flujos de efectivo bajo diferentes escenarios de demanda del mercado, en los cuales se evaluarán las proyecciones bajo un escenario optimista, uno pesimista y uno realista.

Objetivo #3: Examinar los factores económicos y financieros externos que pueden impactar la viabilidad del emprendimiento.

- Instrumentos: entrevista a expertos económicos y análisis de datos macroeconómicos.

- Entrevista a expertos económicos: hacer entrevistas a expertos en el campo para obtener perspectivas sobre los factores económicos clave, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias del mercado. Analizar la información cualitativa para identificar los factores críticos que podrían afectar la viabilidad del emprendimiento.
- Análisis de datos macroeconómicos: Recopilación y análisis de los principales datos macroeconómicos como tasas de crecimiento económico, inflación y tasas de interés. Integrar estos datos en el análisis para evaluar cómo los factores externos podrían influir en la viabilidad del emprendimiento y formular recomendaciones estratégicas basadas en los hallazgos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En este capítulo se comparten los resultados obtenidos a partir de las distintas herramientas que se utilizaron durante la investigación, como las encuestas y las entrevistas. Toda la información recolectada fue ordenada y resumida cuidadosamente para hacer más sencillo su análisis. Además, se incluyeron tablas y gráficos que permiten visualizar de forma más clara cómo se comportan las variables estudiadas, ayudando así a entender de manera más directa los hallazgos más relevantes.

4.1 Objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024

Para el análisis de este objetivo, se utilizó la herramienta de entrevista, la cual se aplicó a 4 posibles proveedores para analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento. La entrevista consta de diez preguntas, donde se evalúan estos aspectos de inversión y los proveedores consultados fueron de etiquetas, de empaques y de verduras. Adicionalmente, se realizó un análisis financiero para determinar la inversión real del emprendimiento

4.1.1 Resultados de la entrevista a proveedores

A continuación, se presentan los resultados de estas entrevistas.

4.1.1.1 Costos unitarios de productos o materias primas

Los proveedores entrevistados indicaron que los costos unitarios de los productos y materias primas que podrían suministrar para el emprendimiento D´Kai son los siguientes: la zanahoria tiene un valor de ₡550 por kilogramo, la remolacha ₡310 por unidad y la espinaca ₡410 por rollo. En cuanto a los empaques, se ofrece una bolsa de papel Kraft blanca con cierre tipo zipper y ventana transparente a un costo de ₡23.000 por un paquete mínimo de 100

unidades. Además, las etiquetas resistentes al agua, de 5x5 cm, se cotizan en ₡350 por hoja tamaño carta.

4.1.1.2 Descuentos por cantidad y condiciones

Se reportaron distintos descuentos por compras al por mayor, sujetos a condiciones específicas. Para las verduras, se aplican descuentos si se realizan al menos tres compras al mes: la zanahoria baja a ₡500 por kilogramo si se adquieren más de 3 kg; la remolacha se ofrece a ₡280 por unidad si se compran más de seis, y la espinaca a ₡390 por rollo si se adquieren más de seis unidades. En el caso de las bolsas de papel Kraft, se aplica un 5% de descuento en pedidos superiores a 500 unidades, siempre que el pago se realice al contado. Para las etiquetas, se otorgan descuentos escalonados: un 5% si se adquieren más de 25 hojas y un 10% si se compran más de 50 hojas, también bajo la condición de pago único.

4.1.1.3 Costos de envío y condiciones

El servicio de entrega para los productos también presenta variaciones según el proveedor. En el caso de los vegetales, el costo del envío es de aproximadamente ₡4.000, aunque se ofrece de forma gratuita si la compra supera los ₡35.000. Para las bolsas Kraft, el costo depende de la zona dentro del Gran Área Metropolitana (GAM) y no se brinda envío gratuito. Las etiquetas tienen un costo de envío de ₡2.000 en la zona de Tibás, con posibilidad de negociar la gratuidad del envío en compras superiores a ₡15.000.

4.1.1.4 Financiamiento o facilidades de pago

Ninguno de los proveedores entrevistados ofrece opciones de financiamiento ni facilidades de pago para las primeras compras. Todas las compras deben realizarse al contado.

4.1.1.5 Frecuencia de abastecimiento recomendada

En relación con la frecuencia de abastecimiento, los proveedores señalaron que esta depende del tipo de producto y la capacidad de almacenamiento del emprendimiento. En el caso de los vegetales, es importante mantener condiciones óptimas de conservación para asegurar un suministro continuo. Para las bolsas de papel Kraft, se recomienda realizar compras en cantidad para mantener una reserva, debido a posibles faltantes en ciertas temporadas. Respecto a las etiquetas, se sugiere iniciar con la compra de aproximadamente 50 hojas, lo cual representa unas 500 unidades, como base para las primeras etapas de operación.

4.1.1.6 Garantía y servicio posventa

Los proveedores ofrecen garantías específicas según el producto. En el caso de los vegetales, la garantía aplica si los productos llegan en malas condiciones. Las bolsas Kraft cuentan con garantía sobre defectos en los cierres tipo zipper. En cuanto a las etiquetas, la garantía cubre problemas relacionados con su resistencia al agua, dado que están diseñadas para soportar dicho contacto.

4.1.1.7 Variaciones de precios durante el tercer cuatrimestre de 2024

Respecto a posibles variaciones en los precios para el tercer cuatrimestre de 2024, los proveedores de vegetales señalaron que, aunque los cambios de precio son comunes por temporada, se espera un aumento leve durante ese periodo. Por otro lado, los proveedores de bolsas y etiquetas no anticipan aumentos significativos para el inicio del año, aunque indicaron que eventualmente pueden ofrecer promociones o descuentos por volumen en temporadas específicas.

4.1.1.8 Capacitación o asesoría

Ninguno de los proveedores entrevistados ofrece servicios de capacitación o asesoría relacionados con el uso de sus productos, ni gratuitos ni con costo adicional.

4.1.1.9 Insumos complementarios y reposición

No se identificaron costos adicionales asociados a insumos complementarios necesarios para el uso de los productos ofrecidos. La frecuencia de reposición está directamente relacionada con la capacidad de producción del emprendimiento y sus necesidades particulares de almacenamiento.

4.1.1.10 Condiciones especiales o acuerdos por alto volumen

En cuanto a condiciones especiales por compras de alto volumen, los proveedores de vegetales indicaron que para clientes que superen los ₡70.000 mensuales se ofrecen beneficios como entregas gratuitas y regalías en productos. Los proveedores de bolsas señalan que ofrecen condiciones especiales a clientes con al menos seis meses de compras continuas de 1.000 unidades mensuales. Por su parte, los proveedores de etiquetas ofrecen envíos gratuitos para clientes que mantengan compras mensuales superiores a 50 hojas durante al menos tres meses consecutivos.

4.1.2 Resultados del análisis financiero

A continuación, se presentan los resultados del análisis financiero de inversión y costos operativos.

Tabla 4 *Cálculo de inversión inicial y costos operativos del emprendimiento D´Kai*

Activos				
2 Batidora Industrial	₡	466,700.00	₡	933,400.00
1 Secador de Pasta Industrial	₡	2,076,480.00	₡	2,076,480.00
2 Picadora de Pasta Industrial	₡	150,000.00	₡	300,000.00
1 Picadora de Vegetales	₡	669,000.00	₡	669,000.00
1 Mesa de acero inoxidable	₡	110,000.00	₡	110,000.00
1 Utencilios Menores	₡	300,000.00	₡	300,000.00
	TOTAL		₡	4,388,880.00

		Gastos Pre-operativos	
Constitución de S.A	₡ 290,000.00	₡	290,000.00
Patente	₡ 100,000.00	₡	100,000.00
Honorarios Contador (Registro Tributacion)	₡ 25,000.00	₡	25,000.00
TOTAL		₡	<u>415,000.00</u>
Inventario Inicial			
20 Vegetales varios (3Kg)	₡ 1,270.00	₡	25,400.00
4 Harina Semocrisa (12.5Kg)	₡ 8,645.00	₡	34,580.00
8 Proteína en Polvo (Proteinex 275 g)	₡ 15,850.00	₡	126,800.00
4 Aceite Girasol (5Lts)	₡ 5,795.00	₡	23,180.00
800 Empaques	₡ 250.00	₡	200,000.00
200 Etiquetas (4 por hoja)	₡ 350.00	₡	70,000.00
Total Inventario Inicial		₡	<u>479,960.00</u>
TOTAL			
Monto para Imprevistos		₡	<u>2,716,160.00</u>
		₡	<u>8,000,000.00</u>

Fuente: Elaboración propia, 2025

Para poner en marcha el emprendimiento D´Kai, se necesita una inversión inicial considerable, que se distribuye entre la compra de equipo, algunos trámites necesarios antes de comenzar, el primer inventario y un fondo de respaldo para cubrir imprevistos.

En lo que respecta al equipo, se planea adquirir dos batidoras industriales con un valor de ₡466.700 cada una (₡933.400 en total), un secador de pasta industrial por ₡2.076.480, dos picadoras de pasta industrial que suman ₡300.000, una picadora de vegetales con un costo de ₡669.000, una mesa de acero inoxidable valorada en ₡110.000 y utensilios menores por ₡300.000. En conjunto, estos activos representan una inversión de ₡4.388.880.

Por otra parte, los gastos pre-operativos contemplan los trámites legales y administrativos necesarios para formalizar la empresa. Esto incluye la constitución de la Sociedad Anónima (S.A.), cuyo costo es de ₡290.000, el pago de la patente por ₡100.000 y los honorarios del contador por ₡25.000, para un total de ₡415.000.

Respecto al inventario inicial, se tiene previsto adquirir 20 unidades de vegetales varios (3 kg) por un total de ₡25.400, cuatro sacos de harina Semocrisa (12,5 kg) por ₡34.580, ocho unidades de proteína en polvo Proteinex (275 g) por ₡126.800, cuatro botellas de aceite de girasol (5 litros) por ₡23.180, 800 empaques por ₡200.000 y 200 etiquetas resistentes al agua por ₡70.000. Todo esto suma ₡479.960.

Como parte de una previsión responsable, también se incluye un fondo para imprevistos de ₡2.716.160, que funcionará como respaldo ante cualquier situación inesperada durante la etapa de implementación del proyecto.

En resumen, el monto total que se necesita financiar para cubrir todos estos elementos asciende a ₡8.000.000, cifra que permitirá que el emprendimiento D’Kai arranque y opere adecuadamente durante el tercer cuatrimestre del 2024.

4.2 Objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada

Para el análisis de los ingresos proyectados, se realiza una encuesta tipo escala de Likert, para analizar posibles proyecciones del mercado. Esta encuesta se aplicó a 100 usuarios de la zona.

4.2.1 Resultados de la encuesta a posibles clientes

A continuación, se presenta el resultado de la encuesta aplicada a usuarios de la zona, estos resultados son representados por medio de gráficos.

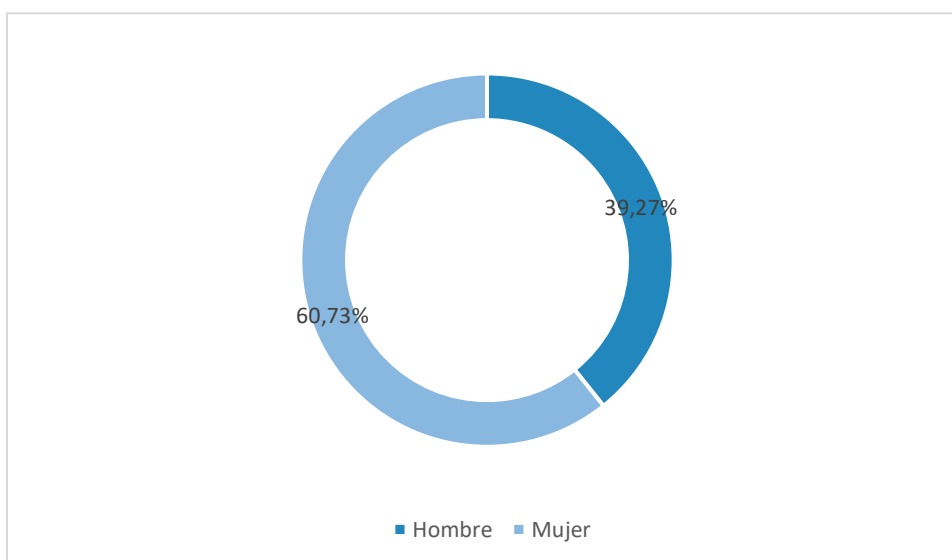
1. Género

Tabla 5 Género

Género	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Hombre	150	39,27%
Mujer	232	60,73%
Otro	0	0,00%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 5 Género



Fuente: Elaboración propia, 2025

En los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a posibles usuarios del emprendimiento D´Kai, se identificó que la mayoría de las personas encuestadas son mujeres, representando un 60.73% del total. En contraste, los hombres constituyen el 39.27% restante.

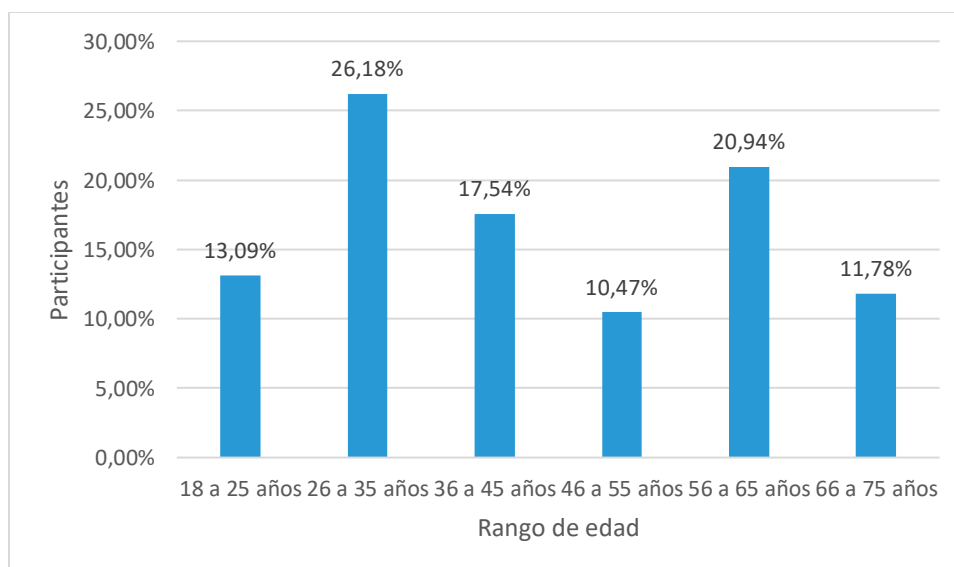
2. Rango de edad

Tabla 6 Rango de edad

Rango de edad	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
18 a 25 años	50	13,09%
26 a 35 años	100	26,18%
36 a 45 años	67	17,54%
46 a 55 años	40	10,47%
56 a 65 años	80	20,94%
66 a 75 años	45	11,78%
76 a 85 años	0	0,00%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 6 Rango de edad de los participantes



Fuente: Elaboración propia, 2025

En cuanto al rango de edad de las personas encuestadas como posibles usuarias del emprendimiento D´Kai, se observa que el grupo más numeroso corresponde al de 26 a 35 años, con un 26.18% del total. Le sigue de cerca el grupo de 56 a 65 años, con un 20.94%. El rango de 36 a 45 años representa un 17.54%, mientras que tanto el grupo de 18 a 25 años representa un 13.09%, el de 46 a 55 años un 10.47% y finalmente de 66 a 75 años un 11.78%. Estos datos reflejan una participación amplia, aunque mayoritaria, de personas adultas entre los 26 en adelante.

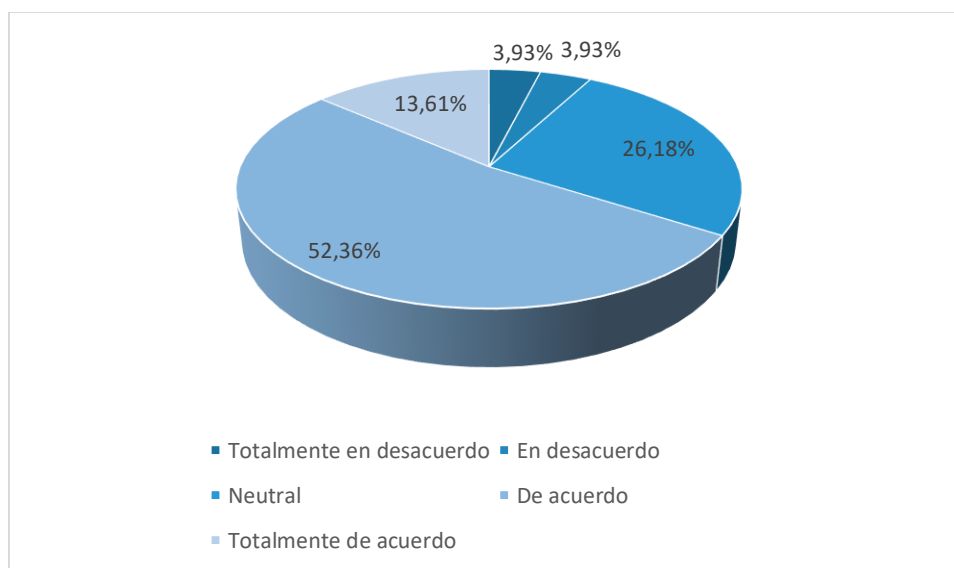
3. ¿Estoy interesado (a) en comprar productos o servicios similares en el futuro cercano?

Tabla 7 Interés en comprar productos o servicios similares en un futuro cercano

Interés	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	15	3,93%
En desacuerdo	15	3,93%
Neutral	100	26,18%
De acuerdo	200	52,36%
Totalmente de acuerdo	52	13,61%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 7 Interés en comprar productos o servicios similares en un futuro cercano



Fuente: Elaboración propia, 2025

En relación con el interés en adquirir productos o servicios similares a los que ofrece D´Kai en un futuro cercano, la mayoría de las personas encuestadas manifestó una actitud positiva. Un 52.36% indicó estar de acuerdo con esta posibilidad, mientras que un 13.61%

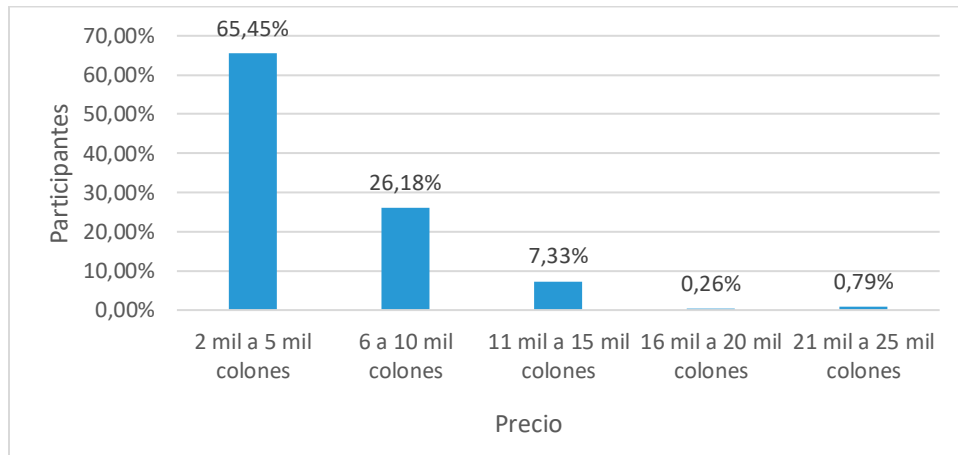
expresó estar totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 26.18% adoptó una postura neutral. Solo un pequeño porcentaje manifestó desinterés: un 3.93% indicó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo.

4. ¿Qué precio estimado para este producto o servicio me parece razonable y accesible?

Tabla 8 Precio razonable para el producto

Precio	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
2 mil a 5 mil colones	250	65,45%
6 a 10 mil colones	100	26,18%
11 mil a 15 mil colones	28	7,33%
16 mil a 20 mil colones	1	0,26%
21 mil a 25 mil colones	3	0,79%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 8 Precio razonable para el producto

Fuente: Elaboración propia, 2025

En cuanto a la percepción sobre el precio estimado del producto o servicio ofrecido por D´Kai, la mayoría de las personas encuestadas considera razonable y accesible un rango entre los 2.000 y 5.000 colones, con un 65.45% de respuestas en ese intervalo. Un 26.18% estaría dispuesto a pagar entre 6.000 y 10.000 colones, mientras que un 7.33% considera aceptable un precio entre 11.000 y 15.000 colones. Solo una minoría estaría dispuesta a pagar montos más altos: un 0.26% aceptaría un precio entre 16.000 y 20.000 colones, y un 0.79% entre 21.000 y 25.000 colones.

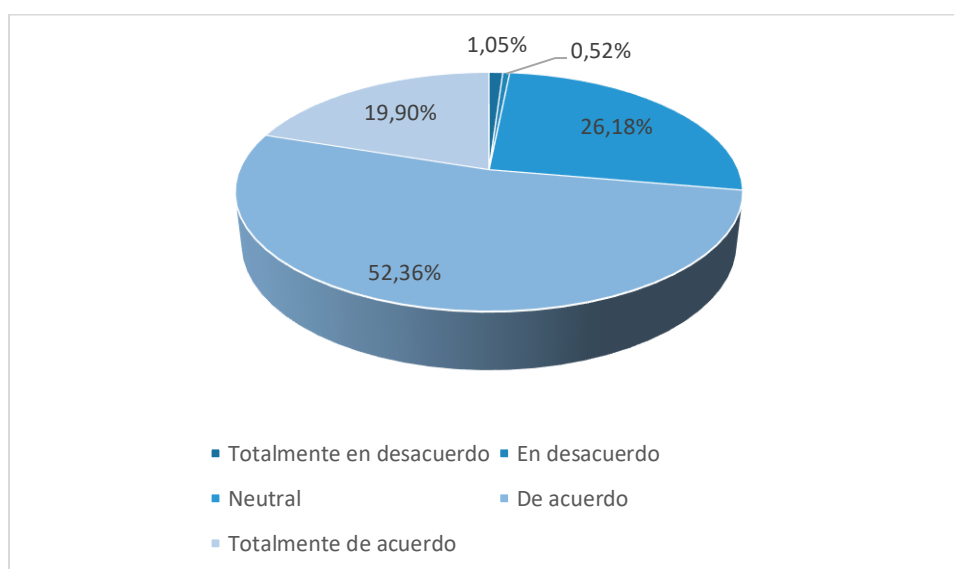
5. ¿Considero que el producto o servicio cumpliría con mis necesidades o expectativas?

Tabla 9 Expectativas y necesidades del producto o servicio

Cumplimiento	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	4	1,05%
En desacuerdo	2	0,52%
Neutral	100	26,18%
De acuerdo	200	52,36%
Totalmente de acuerdo	76	19,90%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 9 Expectativas y necesidades del producto o servicio



Fuente: Elaboración propia, 2025

En relación con la percepción sobre si el producto o servicio ofrecido por D´Kai logra satisfacer las necesidades o expectativas de los potenciales usuarios, el 52.36% de las personas encuestadas indicó estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 19.90% manifestó estar totalmente de acuerdo. Un 26.18% adoptó una postura neutral, lo cual sugiere que aún

podrían requerirse acciones para reforzar la propuesta de valor. En contraste, solo un 1.05% expresó estar totalmente en desacuerdo y un 0.52% en desacuerdo.

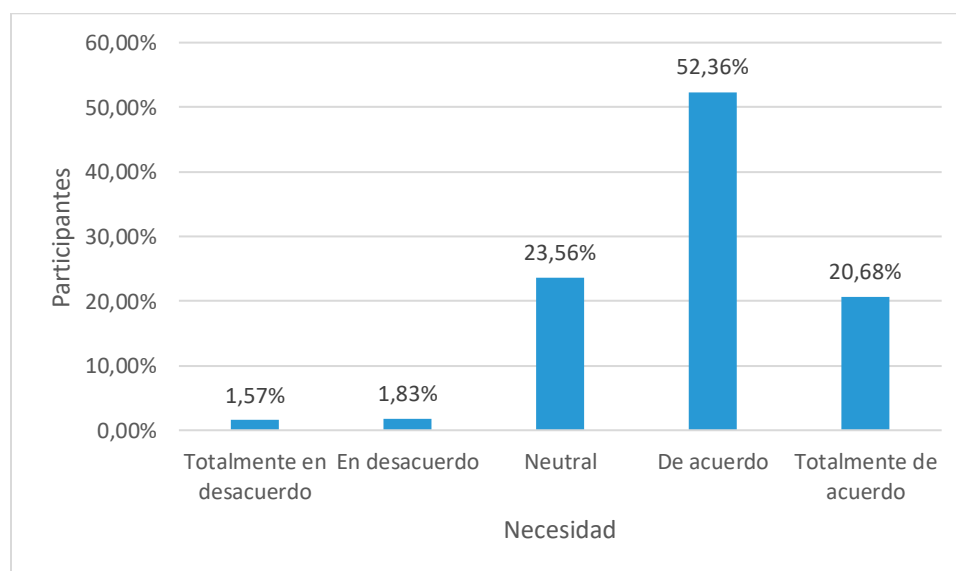
6. ¿Este tipo de producto o servicio cubriría una necesidad que tengo actualmente?

Tabla 10 El producto o servicio cubre necesidades actuales

Necesidad	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	6	1,57%
En desacuerdo	7	1,83%
Neutral	90	23,56%
De acuerdo	200	52,36%
Totalmente de acuerdo	79	20,68%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 10 El producto o servicio cubre necesidades actuales



Fuente: Elaboración propia, 2025

En cuanto a si el producto o servicio que ofrece D´Kai cubriría una necesidad actual de las personas encuestadas, el 52.36% respondió estar de acuerdo con esta afirmación, mientras

que un 20.68% manifestó estar totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 23.56% adoptó una posición neutral, lo que podría indicar cierta apertura, aunque también dudas o falta de información. En menor medida, un 1.83% expresó estar en desacuerdo y un 1.57% totalmente en desacuerdo.

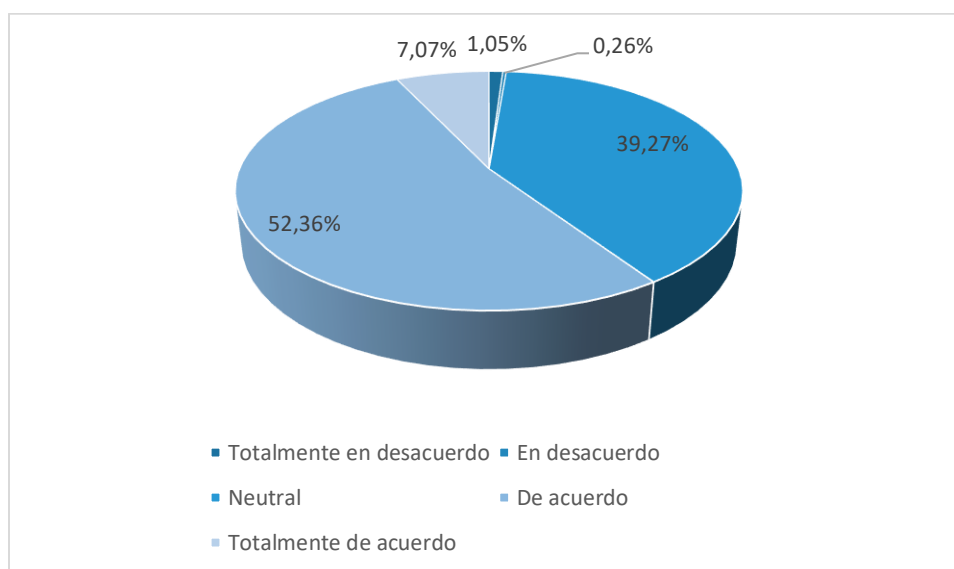
7. ¿Recomendaría este producto o servicio a mis amigos y familiares?

Tabla 11 Recomendación del producto o servicio

Recomendación	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	4	1,05%
En desacuerdo	1	0,26%
Neutral	150	39,27%
De acuerdo	200	52,36%
Totalmente de acuerdo	27	7,07%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 11 Recomendación del producto o servicio



Fuente: Elaboración propia, 2025

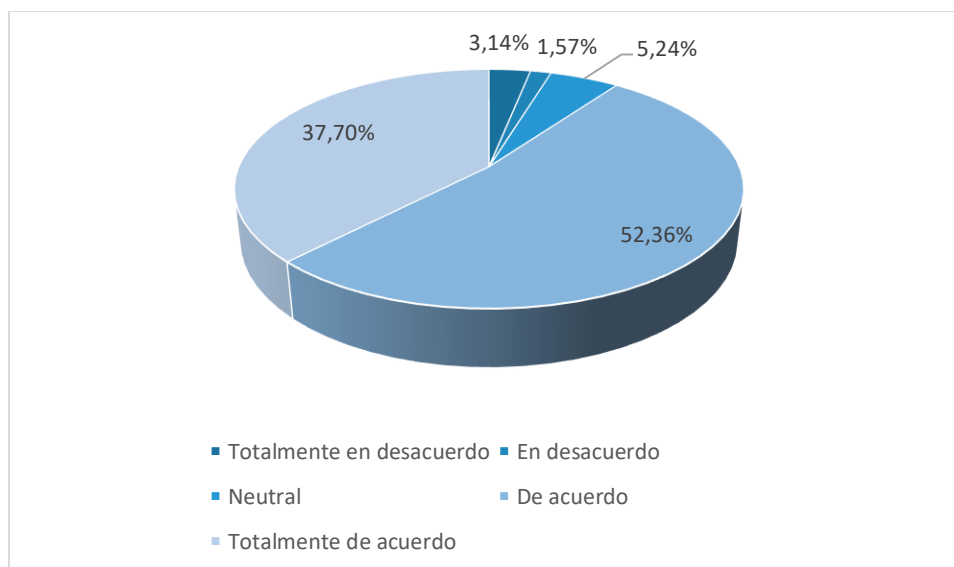
Al consultar si recomendarían el producto o servicio de D´Kai a sus amistades y familiares, la mayoría de las personas encuestadas respondió afirmativamente: un 52.36% indicó estar de acuerdo y un 7.07% totalmente de acuerdo. Este alto nivel de disposición a recomendar refleja una percepción positiva general sobre la propuesta del emprendimiento. Por otro lado, un 39.27% se mantuvo en una postura neutral, mientras que solo un 0.26% expresó estar en desacuerdo y un 1.05% totalmente en desacuerdo.

8. ¿Compraría este producto o servicio si estuviera disponible en mi área?

Tabla 12 *Compra del producto*

Decisión de compra	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	12	3,14%
En desacuerdo	6	1,57%
Neutral	20	5,24%
De acuerdo	200	52,36%
Totalmente de acuerdo	144	37,70%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 12 *Compra del producto*

Fuente: Elaboración propia, 2025

Ante la afirmación “Compraría este producto o servicio si estuviera disponible en mi área”, la gran mayoría de las personas encuestadas manifestó una intención positiva de compra: un 52.36% estuvo de acuerdo y un 37.70% totalmente de acuerdo. Solo un 5.24% se mostró neutral, mientras que un porcentaje muy reducido expresó una postura negativa (1.57% en desacuerdo y 3.14% totalmente en desacuerdo).

9. ¿La calidad y los beneficios de este producto o servicio son importantes para mí al decidir una compra?

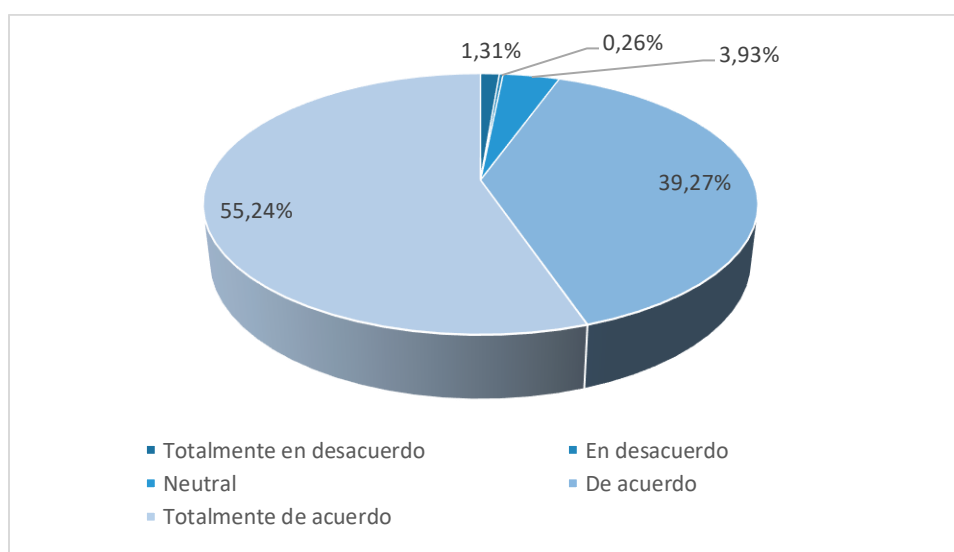
Tabla 13 *Selección del producto por calidad*

Decisión de compra	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	5	1,31%

En desacuerdo	1	0,26%
Neutral	15	3,93%
De acuerdo	150	39,27%
Totalmente de acuerdo	211	55,24%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 13 Selección del producto por calidad



Fuente: Elaboración propia, 2025

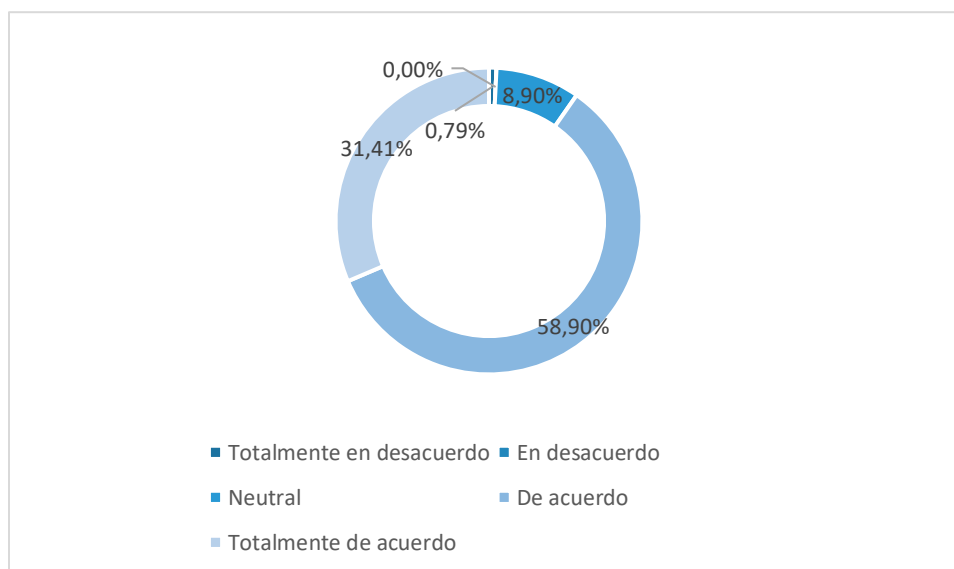
Frente a la afirmación “La calidad y los beneficios de este producto o servicio son importantes para mí al decidir una compra”, la mayoría de las personas encuestadas expresó una valoración positiva. Un 39.27% estuvo de acuerdo y un 55.24% totalmente de acuerdo, lo que indica que para el 94.5% de los participantes, estos factores son determinantes al momento de comprar. Solo un 3.93% se mantuvo en una posición neutral, mientras que los porcentajes en desacuerdo (0.26%) y totalmente en desacuerdo (1.13%) fueron mínimos.

10 ¿Considero que el producto o servicio tiene una buena relación calidad-precio?

Calidad - Precio	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	3	0,79%
En desacuerdo	0	0,00%
Neutral	34	8,90%
De acuerdo	225	58,90%
Totalmente de acuerdo	120	31,41%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 14 *Relación calidad precio*



Fuente: Elaboración propia, 2025

La mayoría de las personas encuestadas considera que el producto o servicio tiene una buena relación calidad-precio. Un 58,90% se mostró de acuerdo y un 31,41% totalmente de acuerdo, lo que representa un 90,31% de opiniones positivas. Un 8,90% adoptó una posición neutral, mientras que solo un 0,79% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

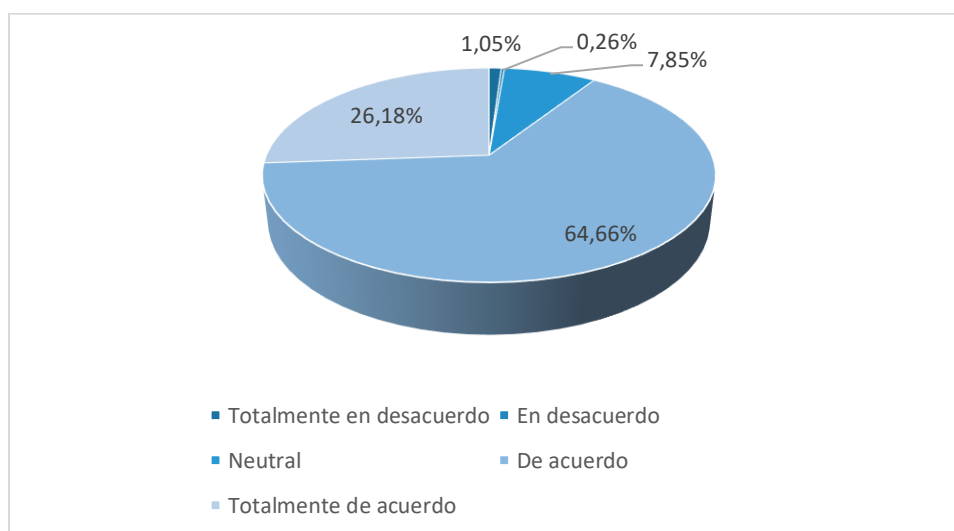
11. ¿Mi intención de compra aumenta si el producto o servicio ofrece promociones o descuentos?

Tabla 14 Promociones o descuentos

Promociones o descuentos	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	4	1,05%
En desacuerdo	1	0,26%
Neutral	30	7,85%
De acuerdo	247	64,66%
Totalmente de acuerdo	100	26,18%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 15 Promociones o descuentos



Fuente: Elaboración propia, 2025

La mayoría de los participantes en la encuesta manifestó que las promociones y descuentos influyen significativamente en su intención de compra. De hecho, el 90,84% de los encuestados expresó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que demuestra que las ofertas pueden ser un factor decisivo al momento de elegir un producto o servicio. Solo un pequeño porcentaje (9,16%) se mostró neutral o en desacuerdo, lo que sugiere

que, para la mayoría, las promociones tienen un impacto importante en sus decisiones de compra.

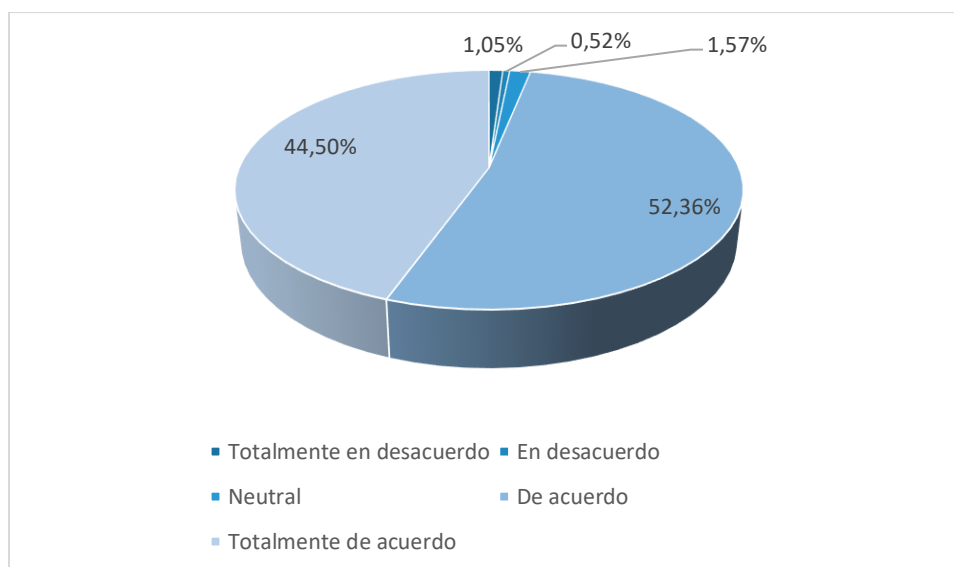
12. ¿Es probable que compre este producto o servicio regularmente si cumple con mis expectativas?

Tabla 15 Frecuencia de compra

Expectativas	Cantidad total	Cantidad relativa (%)
Totalmente en desacuerdo	4	1,05%
En desacuerdo	2	0,52%
Neutral	6	1,57%
De acuerdo	200	52,36%
Totalmente de acuerdo	170	44,50%

Fuente: Elaboración propia, 2025

Figura 16 Frecuencia de compra



Fuente: Elaboración propia, 2025

La mayoría de los participantes en la encuesta mostró una alta probabilidad de realizar compras regulares de un producto o servicio si este cumple con sus expectativas. En total, el 96.86% de los encuestados expresó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que resalta la importancia de la satisfacción del cliente para fomentar compras repetidas. Solo un pequeño porcentaje (3.14%) se mostró neutral o en desacuerdo, lo que indica que, para la mayoría, cumplir con las expectativas es un factor clave para asegurar su lealtad y continuar adquiriendo el producto o servicio de manera regular.

4.3 Objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados

Para analizar los factores económicos clave para el emprendimiento D´Kai, se realizó una entrevista a un experto en economía, para examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados. Adicionalmente se realiza un amplio análisis económicos de estos factores clave.

4.3.1 Resultados de la entrevista al experto en economía

En el transcurso de la entrevista, la persona consultada pone en evidencia que, en el 2025, las empresas en Costa Rica se desenvuelven en un entorno económico cambiante y retador. Este panorama se ve influenciado por factores internos como la inflación y las políticas fiscales, además de elementos externos como las fluctuaciones globales y los cambios en las preferencias del consumidor. Ante este escenario, resalta la necesidad de que las empresas adopten estrategias que prioricen la innovación, la sostenibilidad y la capacidad de adaptación para mantenerse competitivas.

La competencia, según señala, tiene un peso importante en la dinámica del mercado. No solo condiciona las decisiones estratégicas, sino que también incide en cómo las empresas se relacionan con sus clientes, proveedores y demás actores clave. En este contexto, estar atentos a las nuevas tendencias se vuelve indispensable para anticiparse y responder a los cambios de forma oportuna.

En cuanto al entorno regulatorio, comenta que este puede jugar un doble papel: por un lado, puede facilitar el crecimiento, y por otro, limitarlo si no se maneja adecuadamente. Esto se hace especialmente evidente en sectores como el de alimentos, donde cumplir con la normativa sin comprometer las estrategias de marketing representa un desafío. Las empresas deben asegurarse de que la información que comunican sea clara, precisa y transparente, especialmente en un mercado altamente competitivo.

Al hablar sobre las tendencias que marcan el rumbo del mercado en los próximos años, menciona cuatro ejes principales: el interés por una vida más saludable, la preocupación por la sostenibilidad, la incorporación de tecnología y la búsqueda de conveniencia. Quienes logran integrar estos elementos en sus productos y procesos, con responsabilidad e innovación, se posicionan con ventaja frente a sus competidores.

Respecto a la manera en que las empresas pueden adaptarse a cambios regulatorios sin sacrificar su rentabilidad, sugiere enfocarse en la planificación estratégica, apoyarse en la tecnología, invertir en formación continua y fomentar la innovación. También recomienda contar con sistemas de monitoreo que permitan anticipar modificaciones legales y prepararse con tiempo.

Sobre el análisis de la competencia, plantea la utilidad de herramientas como el benchmarking, el estudio de las estrategias que emplean otras empresas del sector y la investigación de tendencias globales. Estas prácticas permiten anticipar movimientos del mercado y actuar con mayor agilidad.

En relación con los riesgos económicos, identifica varios factores críticos, como la inflación, la dependencia de un número reducido de proveedores o mercados, y las condiciones económicas internacionales. Para hacer frente a estos riesgos, plantea estrategias como la diversificación de productos y mercados, el fortalecimiento de las finanzas, la inversión en innovación y sostenibilidad, así como la construcción de estructuras financieras más flexibles.

Subraya además la importancia de que las empresas estén en sintonía con los cambios en el comportamiento del consumidor. No se trata solo de adaptarse a lo que el cliente quiere hoy, sino de prever sus necesidades futuras para mantenerse vigentes y con una oferta atractiva a largo plazo.

En cuanto al impacto de la inflación y otros factores económicos externos, sugiere diversificar tanto los productos como los mercados, ampliar la cartera de clientes y reducir la dependencia de unos pocos sectores o proveedores. También recomienda revisar continuamente la estructura de costos, ajustar precios cuando sea necesario y considerar instrumentos financieros que permitan protegerse frente a la inflación, los cambios en los tipos de interés o el tipo de cambio.

Finalmente, hace énfasis en el papel clave que juega la innovación. La considera una herramienta fundamental no solo para crear nuevos productos o servicios, sino también para optimizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y enriquecer la experiencia del cliente. Para fomentar una cultura innovadora, propone que las empresas impulsen la creatividad y la colaboración, aprovechen las nuevas tecnologías y mantengan una actitud abierta al cambio.

4.3.2 Análisis financiero de factores económicos clave

Este análisis financiero tiene como objetivo entender de manera más cercana cuáles son los factores económicos que hoy por hoy afectan el desempeño de las empresas del sector alimentario en Costa Rica. Se pone especial atención en tres aspectos clave: la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado. Estos elementos resultan fundamentales, ya

que tienen un impacto directo tanto en la estabilidad de los negocios como en su capacidad para crecer en un contexto económico que se vuelve cada vez más cambiante y exigente.

4.3.2.1 Cálculo de amortización de la deuda

Realizar un análisis de amortización de deuda es crucial para el emprendimiento D’Kai, ya que le permite evaluar su capacidad para enfrentar obligaciones financieras sin comprometer su estabilidad, especialmente en un entorno económico cambiante. Esta herramienta ayuda a tomar decisiones más seguras frente a la competencia, facilita la adaptación a regulaciones, permite responder con agilidad a las tendencias del mercado y reduce el riesgo de insolvencia. En esencia, brinda una base financiera sólida para crecer de forma sostenible y prepararse ante posibles imprevistos.

Tabla 16 Amortización de deuda para el emprendimiento D’Kai

Importe del préstamo	₡	8,000,000.00
Interés anual		10.24%
Período del préstamo en meses		60
Fecha inicial del préstamo		1/10/2024
Pago mensual	₡	170,922.62
Número de pagos		60
Interés total	₡	<u>2,255,356.92</u>
Costo total del préstamo	₡	<u>10,255,357.20</u>

Fuente: Elaboración propia, 2025

A partir del análisis financiero realizado, se concluye que el emprendimiento D’Kai solicita un préstamo por ₡8.000.000,00, con una tasa de interés anual del 10,24% y un plazo de 60 meses. Este compromiso inicia el 1° de octubre de 2024, y contempla pagos mensuales fijos de ₡170.922,62 durante los cinco años que dura el crédito, lo que implica una responsabilidad financiera constante mes a mes.

En total, D’Kai realizará 60 pagos, que sumarán ₡2.255.356,92 solo en intereses. Esto significa que, al final del período, el costo total del préstamo ascenderá a ₡10.255.357,20. Tener claridad sobre estos datos es clave para la planificación financiera del negocio, ya que permite

organizar los recursos con tiempo, asegurar el cumplimiento de los pagos y evitar que esta obligación afecte el funcionamiento diario. Además, este tipo de análisis le da al emprendimiento una base sólida para tomar decisiones estratégicas con mayor seguridad.

4.3.2.2 Punto de equilibrio

Conocer el punto de equilibrio es clave para el emprendimiento D’Kai, ya que le permite tener claro cuántos productos necesita vender o cuánto debe facturar para cubrir sus gastos sin tener pérdidas. Este análisis le da una idea concreta de cuándo su negocio empezará realmente a generar ganancias, lo cual resulta esencial para organizar bien las finanzas y tomar decisiones con mayor seguridad desde el inicio.

Tabla 17 Cálculo de punto de equilibrio para el emprendimiento de D’Kai

Cálculo de Salario	Base	Cargas Sociales (14.67%)	Total
Gerente / Administrador	₡ 399,203.69	₡ 58,563.18	₡ 457,766.87
Producción 1 (13,603.79 por día)	₡ 272,075.80	₡ 39,913.52	₡ 311,989.32
Producción 2 (13,603.79 por día)	₡ 272,075.80	₡ 39,913.52	₡ 311,989.32
Contador (22,695.71 por hora)	₡ 136,174.26	₡ -	₡ 136,174.26
			₡ 1,217,919.77

Costo Fijos (800 unds)	
Salarios	₡ 1,217,919.77
Electricidad	₡ 30,000.00
Agua	₡ 15,000.00
Cuota Préstamo	₡ 170,922.62
Total	₡ 1,433,842.39
CT Fijo Und (800 unds)	1,792.30

	Costo Unitario (800 unds)
Materiales	₡ 262.45
Empaque	₡ 250.00
Etiqueta	₡ 87.50
Costos Variables	₡ 599.95
Costo de Venta	₡ 2,392.25
Precio de Venta	₡ 2,917.38
Precio Sugerido	₡ 2,920.00
Punto Equilibrio	618

Fuente: Elaboración propia, 2025

A partir del análisis realizado, se ha calculado el punto de equilibrio para D’Kai, lo cual ofrece una visión clara de los costos fijos y variables del emprendimiento. Los costos fijos mensuales, que incluyen salarios, electricidad, agua y la cuota del préstamo, suman ₡1.433.842,39. Entre estos, destacan los salarios del gerente/administrador (₡457.766,87), del personal de producción (₡311.989,32 cada uno) y del contador (₡136.174,26).

Por otro lado, los costos variables asociados a cada unidad de producto suman ₡599,95, distribuidos entre materiales (₡262,45), empaque (₡250,00) y etiquetas (₡87,50). Con un precio de venta sugerido de ₡2.392,25, y un rango que va desde ₡2.920,00 hasta ₡2.917,38, D’Kai debe vender 618 unidades para cubrir todos los costos y alcanzar el punto de equilibrio.

Este cálculo resulta esencial para D’Kai, ya que le da una meta clara sobre cuántas unidades necesita vender para comenzar a generar ganancias, lo que facilita la planificación de ventas y el control financiero.

4.3.2.3 Escenario normal

Determinar el escenario normal del emprendimiento de D’Kai es crucial porque establece una base de referencia para entender cómo debería operar el negocio en condiciones ideales. Esto permite identificar los ingresos, costos y márgenes de ganancia esperados, facilitando la toma de decisiones informadas y el monitoreo del desempeño. Además, ayuda a anticipar

necesidades de inversión, ajustar estrategias y asegurar la sostenibilidad a largo plazo del negocio, manteniéndolo en una trayectoria saludable y rentable.

Tabla 18 *Cálculo del escenario normal para el emprendimiento D’Kai*

Escenario Normal													
Año 1													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	900	900	900	1000	1000	1000	900	900	900	900	900	900	11100
Precio	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00
Ingresos	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 32,412,000.00
Año 2													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	900	900	900	1000	1000	1000	900	900	900	900	900	900	11100
Precio	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00	₡ 3,212.00
Ingresos	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 3,212,000.00	₡ 3,212,000.00	₡ 3,212,000.00	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 2,890,800.00	₡ 35,653,200.00
Año 3													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	900	900	900	1000	1000	1000	900	900	900	900	900	900	11100
Precio	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20	₡ 3,533.20
Ingresos	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,533,200.00	₡ 3,533,200.00	₡ 3,533,200.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 3,179,880.00	₡ 39,218,520.00
Año 4													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	900	900	900	1000	1000	1000	900	900	900	900	900	900	11100
Precio	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52	₡ 3,886.52
Ingresos	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,886,520.00	₡ 3,886,520.00	₡ 3,886,520.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 3,497,868.00	₡ 43,140,372.00
Año 5													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	900	900	900	1000	1000	1000	900	900	900	900	900	900	11100
Precio	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17	₡ 4,275.17
Ingresos	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 4,275,172.00	₡ 4,275,172.00	₡ 4,275,172.00	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 3,847,654.80	₡ 47,454,409.20

Fuente: Elaboración propia, 2025

El análisis del escenario normal para el emprendimiento D'Kai proyecta el comportamiento esperado de las ventas y los ingresos durante los primeros cinco años. En el primer año, con un precio de venta de ₡2,920 por unidad y un volumen de ventas de 900 unidades al mes en los primeros tres meses y 1,000 unidades los siguientes, se espera un ingreso total de ₡32,412,000. En el segundo año, con un aumento en el precio de venta del 10%, que equivale a ₡3,212, los ingresos anuales se estiman en ₡35,653,200.

Para el tercer año, el precio de venta sube 10% que equivale a ₡3,533, lo que eleva los ingresos a ₡39,218,520. En el cuarto año, el precio de venta se ajusta al 10%, lo cual equivale a ₡3,887, se proyectan ingresos por un total de ₡43,140,372. Finalmente, en el quinto año, con un precio aumentado al 10% el cual equivale a ₡4,275, se espera un ingreso anual de ₡47,454,409. En cuanto a los costos, se estima un costo anual de ₡6,659,445, basado en los costos fijos y variables por cada unidad de producto. Este análisis ofrece una visión clara del crecimiento potencial de los ingresos, lo que permitirá a D'Kai tomar decisiones estratégicas informadas para el futuro.

4.3.2.4 Escenario optimista

Analizar el escenario optimista es fundamental para D'Kai, ya que permite imaginar el mejor panorama posible para el negocio. En este escenario, se consideran factores como un incremento en la demanda, precios más altos o una mayor eficiencia en las operaciones.

Con esta visión positiva, D'Kai puede establecer metas ambiciosas, identificar nuevas oportunidades y estar mejor preparado para aprovechar cualquier cambio favorable en el mercado. Además, este análisis permite planificar de manera estratégica, sabiendo qué inversiones se deben hacer para aprovechar al máximo las oportunidades. Pensar en el mejor de los escenarios ayuda a tener una mentalidad proactiva, enfocada en crecer y avanzar hacia el éxito.

Tabla 19 *Cálculo del escenario optimista del emprendimiento D’Kai*

Escenario Optimista													
Año 1													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	1000	1000	1000	1107	1107	1107	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12321
Precio	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	
Ingresos	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 3,232,440.00	₡ 3,232,440.00	₡ 3,232,440.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 2,920,000.00	₡ 35,977,320.00
Año 2													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	1000	1000	1000	1107	1107	1107	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12321
Precio	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	₡ 3,358.00	
Ingresos	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,717,306.00	₡ 3,717,306.00	₡ 3,717,306.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 3,358,000.00	₡ 41,373,918.00
Año 3													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	1000	1000	1000	1107	1107	1107	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12321
Precio	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	₡ 3,861.70	
Ingresos	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 4,274,901.90	₡ 4,274,901.90	₡ 4,274,901.90	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 3,861,700.00	₡ 47,580,005.70
Año 4													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	1000	1000	1000	1107	1107	1107	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12321
Precio	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	₡ 4,440.96	
Ingresos	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 4,916,137.19	₡ 4,916,137.19	₡ 4,916,137.19	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 4,440,955.00	₡ 54,717,006.56
Año 5													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	1000	1000	1000	1107	1107	1107	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12321
Precio	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	₡ 5,107.10	
Ingresos	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 5,653,557.76	₡ 5,653,557.76	₡ 5,653,557.76	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 5,107,098.25	₡ 62,924,557.54

Fuente: Elaboración propia, 2025

El escenario optimista para el emprendimiento D'Kai prevé un crecimiento constante en ventas e ingresos durante los próximos cinco años. En el primer año, se espera vender 1,000 unidades mensuales durante los primeros tres meses, aumentando a 1,107 unidades a partir de enero. Con un precio de venta de ₡2,920 por unidad, los ingresos mensuales variarán entre ₡2,920,000 y ₡3,232,440, sumando un total anual de ₡35,977,320.

El segundo año ve un aumento en el precio en un 15% que equivale a ₡3,358 por unidad, mientras que las ventas seguirán el mismo patrón, con un incremento a 1,107 unidades en los primeros meses. Los ingresos mensuales se situarán entre ₡3,358,000 y ₡3,717,306, con un total anual de ₡41,373,918.

Para el tercer año, se espera un ajuste del 15% en el precio, que equivale a ₡3,862 por unidad. Las ventas seguirán con 1,000 unidades mensuales, pero con el aumento estacional en los primeros meses del año. Esto generará ingresos mensuales entre ₡3,861,700 y ₡4,274,902, alcanzando un total de ₡47,580,006 al final del año.

El cuarto año verá un precio de ₡4,441 por unidad, el cual equivale a un aumento en el precio de un 15%. Se espera que las ventas se mantengan en 1,000 unidades mensuales, con el mismo aumento estacional. Los ingresos mensuales oscilarán entre ₡4,440,955 y ₡4,916,137, sumando un total anual de ₡54,717,007.

Finalmente, en el quinto año, el precio subirá a ₡5,107 por unidad, manteniéndose la estrategia de ventas proyectada con el aumento del 15% en el precio. Los ingresos mensuales variarán entre ₡5,107,098 y ₡5,653,558, alcanzando un total anual de ₡62,924,558.

Este escenario optimista refleja una visión de crecimiento sostenido y expansión para D'Kai, con ventas e ingresos en aumento año tras año, mostrando una proyección positiva para el futuro del emprendimiento.

4.3.2.5 Escenario estresado

Analizar el escenario estresado es fundamental para el emprendimiento D'Kai, ya que ofrece una visión realista de los posibles contratiempos que podrían surgir y afectar el rendimiento del negocio. Este tipo de análisis permite anticipar dificultades, como bajas en las ventas, aumento de costos o cambios inesperados en el mercado. Al considerar este escenario, D'Kai podrá prepararse mejor y tomar decisiones estratégicas para minimizar el impacto de esos posibles riesgos, como ajustar los costos, optimizar procesos o incluso modificar precios.

En definitiva, tener en cuenta el escenario estresado ayuda a construir un plan de acción más sólido, brindando al emprendimiento una mayor estabilidad y capacidad de adaptación frente a circunstancias adversas.

Tabla 20 *Cálculo del escenario estresado del emprendimiento D`Kai*

Escenario Estresado													
Año 1													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	800	800	800	900	900	900	800	800	800	800	800	800	9900
Precio	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00	₡ 2,920.00
Ingresos	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,628,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 2,336,000.00	₡ 28,908,000.00
Año 2													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	800	800	800	900	900	900	800	800	800	800	800	800	9900
Precio	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60	₡ 3,153.60
Ingresos	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,838,240.00	₡ 2,838,240.00	₡ 2,838,240.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 2,522,880.00	₡ 31,220,640.00
Año 3													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	800	800	800	900	900	900	800	800	800	800	800	800	9900
Precio	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89	₡ 3,405.89
Ingresos	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 3,065,299.20	₡ 3,065,299.20	₡ 3,065,299.20	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 2,724,710.40	₡ 33,718,291.20
Año 4													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	800	800	800	900	900	900	800	800	800	800	800	800	9900
Precio	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36	₡ 3,678.36
Ingresos	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 3,310,523.14	₡ 3,310,523.14	₡ 3,310,523.14	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 2,942,687.23	₡ 36,415,754.50
Año 5													
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Total Anual
Unds Vendidas por mes	800	800	800	900	900	900	800	800	800	800	800	800	9900
Precio	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63	₡ 3,972.63
Ingresos	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 3,575,364.99	₡ 3,575,364.99	₡ 3,575,364.99	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 3,178,102.21	₡ 39,329,014.86

Fuente: Elaboración propia, 2025

El análisis del escenario estresado para el emprendimiento D'Kai permite anticipar cómo se comportaría el negocio en un contexto menos favorable, en el que las condiciones del mercado son más inciertas y los niveles de venta se mantienen por debajo de lo proyectado en escenarios más optimistas.

Durante el primer año, las ventas mensuales se estiman en 800 unidades, con un ligero incremento a 900 unidades para los meses de enero a marzo. El precio por unidad se mantiene en ₡2,920, generando un ingreso anual de aproximadamente ₡28,908,000.

En el segundo año, aunque el volumen de ventas mensual no varía respecto al año anterior, el precio por unidad sube a ₡3,154, lo que refleja un ajuste del 8% en el precio de venta. Este incremento contribuye a que los ingresos anuales asciendan a ₡31,220,640.

Para el tercer año, se proyecta un precio por unidad de ₡3,406, ajustado nuevamente al 8%. A pesar de mantener el mismo nivel de ventas, el ingreso anual aumenta a ₡33,718,291.

En el cuarto año, se mantiene la tendencia de estabilidad en las unidades vendidas, mientras que el precio por unidad alcanza los ₡3,678, debido al aumento en el precio del 8%. Esto se traduce en ingresos anuales por ₡36,415,754.

Finalmente, en el quinto año, el precio por unidad se estima en ₡3,973, y los ingresos anuales alcanzan los ₡39,329,015.

Es importante destacar que, además de la inflación del 4% anual, el modelo considera una volatilidad del tipo de cambio del 6%, lo cual puede influir directamente en los costos de insumos, logística y otros factores clave para la operación del emprendimiento. Estos elementos agregan un componente adicional de riesgo y reflejan la necesidad de contar con una planificación financiera robusta que permita enfrentar escenarios adversos sin comprometer la sostenibilidad del negocio.

Este análisis permite visualizar los ingresos esperados bajo condiciones menos favorables, lo que resulta esencial para tomar decisiones estratégicas y fortalecer la resiliencia del emprendimiento frente a posibles fluctuaciones económicas.

4.3.2.6 Flujo en el escenario normal

Revisar el flujo en un escenario normal es fundamental para entender cómo se comportaría el emprendimiento D’Kai en condiciones estables y realistas. Este análisis permite ver si, con un ritmo de ventas moderado, el negocio puede cubrir sus gastos, crecer de forma sostenida y mantenerse rentable. Además, al considerar factores como la inflación del 4% y una volatilidad del tipo de cambio del 6%, se obtiene una visión más cercana a lo que podría ocurrir realmente en el mercado. Esto ayuda a tomar decisiones con mayor seguridad y a prepararse mejor ante cualquier imprevisto.

Tabla 21 Flujo en el escenario normal del emprendimiento D'Kai

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Inversión Inicial	₡ 8,000,000.00					
Aporte Socios		-				
Ingresos	₡ 32,412,000.00	₡ 35,653,200.00	₡ 39,218,520.00	₡ 43,140,372.00	₡ 47,454,409.20	
Total Ingresos	₡ 32,412,000.00	₡ 35,653,200.00	₡ 39,218,520.00	₡ 43,140,372.00	₡ 47,454,409.20	
Menos: Gastos Administrativos						
Salarios y Cargas Sociales	6% ₡ 14,615,037.25	₡ 15,491,939.49	₡ 16,421,455.86	₡ 17,406,743.21	₡ 18,451,147.80	
Servicios públicos	6% ₡ 540,000.00	₡ 572,400.00	₡ 606,744.00	₡ 643,148.64	₡ 681,737.56	
Suministros y Gasto por Mantenimiento	6% ₡ 180,000.00	₡ 190,800.00	₡ 202,248.00	₡ 214,382.88	₡ 227,245.85	
Materias Primas	6% ₡ 6,659,445.00	₡ 7,059,011.70	₡ 7,482,552.40	₡ 7,931,505.55	₡ 8,407,395.88	
Gasto por depreciación	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	
Amortización del préstamo.	₡ 1,291,363.82	₡ 1,429,985.71	₡ 1,583,488.01	₡ 1,753,468.06	₡ 1,941,694.68	
Total de Gastos Administrativos	₡ 23,683,734.08	₡ 25,142,024.90	₡ 26,694,376.27	₡ 28,347,136.34	₡ 30,107,109.77	
Utilidad antes de intereses e impuestos	₡ 8,728,265.92	₡ 10,511,175.10	₡ 12,524,143.73	₡ 14,793,235.66	₡ 17,347,299.43	
Intereses	₡ 759,707.62	₡ 621,085.73	₡ 467,583.43	₡ 297,603.38	₡ 109,376.76	
Utilidad antes de impuestos	₡ 7,968,558.31	₡ 9,890,089.37	₡ 12,056,560.30	₡ 14,495,632.29	₡ 17,237,922.67	
Menos:						
Impuestos	25% ₡ 1,992,139.58	₡ 2,472,522.34	₡ 3,014,140.08	₡ 3,623,908.07	₡ 4,309,480.67	
Utilidad Neta	₡ 5,976,418.73	₡ 7,417,567.03	₡ 9,042,420.23	₡ 10,871,724.21	₡ 12,928,442.00	
Mas:						
Gasto por depreciación	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	
Total	-₡ 8,000,000.00	₡ 6,374,306.73	₡ 7,815,455.03	₡ 9,440,308.23	₡ 11,269,612.21	₡ 13,326,330.00
Costo Capital	10.24%					
VAN	₡24,560,048.08					
TIR	93%					
EVA Año 1	6,917,178.01					
EVA Año 2	8,731,879.22					
EVA Año 3	10,772,708.91					
EVA Año 4	13,065,203.90					
EVA Año 5	15,637,630.11					

Fuente: Elaboración propia, 2025

En el escenario normal proyectado para el emprendimiento D´Kai, se observa una evolución positiva y constante desde el inicio. La inversión inicial de ₡8.000.000 marca el punto de partida para un camino de crecimiento sostenido. A lo largo de cinco años, los ingresos aumentan gradualmente, comenzando con ₡32.412.000 en el primer año y llegando a ₡47.454.409 en el quinto. Este comportamiento refleja una buena aceptación del producto en el mercado y una gestión comercial efectiva.

Aunque los gastos también crecen, influenciados por una inflación del 4% y una volatilidad cambiaria del 6%, el negocio logra mantener un equilibrio saludable entre ingresos y costos. Esto se refleja en utilidades netas que van en aumento, alcanzando los ₡12.928.442 en el último año del análisis. A esto se suman los efectos positivos del gasto por depreciación, lo que fortalece aún más el flujo de caja disponible para el negocio.

El análisis financiero ofrece señales claras de que D´Kai es un proyecto con alta viabilidad. Con un Valor Actual Neto (VAN) de ₡24.560.048,08 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 93%, se confirma que el emprendimiento no solo recupera lo invertido, sino que también genera ganancias considerables. Además, el Valor Económico Agregado (EVA) presenta un crecimiento año tras año, lo que indica que el negocio genera riqueza por encima de su costo de capital. En conjunto, estos resultados permiten afirmar que, bajo condiciones normales, D´Kai es una propuesta sólida, rentable y con gran potencial de consolidación a mediano plazo.

4.3.2.7 Flujo en el escenario optimista

Analizar el flujo en el escenario optimista del emprendimiento D´Kai resulta clave para tener una idea clara del mejor panorama posible si todo marcha bien. Este tipo de proyección permite ver hasta dónde puede crecer el negocio si se alcanzan, e incluso se superan, las metas esperadas.

Ofrece una visión alentadora que puede generar confianza, tanto en los socios como en potenciales inversionistas, al mostrar que el emprendimiento tiene el potencial de generar

ingresos y utilidades crecientes a lo largo del tiempo. Además, ayuda a prepararse para manejar eficientemente mayores niveles de producción y ventas, ajustando recursos y decisiones estratégicas en función de ese crecimiento. En pocas palabras, es una herramienta útil para soñar en grande, pero con los pies en la tierra.

Tabla 22 Flujo del escenario optimista del emprendimiento D'Kai

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	C/ 8,000,000.00				
Aporte Socios	-				
Ingresos	C/ 35,977,320.00	C/ 41,373,918.00	C/ 47,580,005.70	C/ 54,717,006.56	C/ 62,924,557.54
Total Ingresos	C/ 35,977,320.00	C/ 41,373,918.00	C/ 47,580,005.70	C/ 54,717,006.56	C/ 62,924,557.54
Menos: Gastos Administrativos					
Salarios y Cargas Sociales	6% C/ 14,615,037.25	C/ 15,491,939.49	C/ 16,421,455.86	C/ 17,406,743.21	C/ 18,451,147.80
Servicios públicos	6% C/ 540,000.00	C/ 572,400.00	C/ 606,744.00	C/ 643,148.64	C/ 681,737.56
Suministros y Gasto por Mantenimiento	6% C/ 96,000.00	C/ 101,760.00	C/ 107,865.60	C/ 114,337.54	C/ 121,197.79
Materias Primas	6% C/ 7,391,983.95	C/ 7,835,502.99	C/ 8,305,633.17	C/ 8,803,971.16	C/ 9,332,209.43
Gasto por depreciación	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00
Amortización del préstamo.	C/ 1,291,363.82	C/ 1,429,985.71	C/ 1,583,488.01	C/ 1,753,468.06	C/ 1,941,694.68
Total de Gastos Administrativos	C/ 24,332,273.03	C/ 25,829,476.18	C/ 27,423,074.63	C/ 29,119,556.60	C/ 30,925,875.25
Utilidad antes de intereses e impuestos	C/ 11,645,046.97	C/ 15,544,441.82	C/ 20,156,931.07	C/ 25,597,449.95	C/ 31,998,682.28
Intereses	C/ 759,707.62	C/ 621,085.73	C/ 467,583.43	C/ 297,603.38	C/ 109,376.76
Utilidad antes de impuestos	C/ 10,885,339.36	C/ 14,923,356.09	C/ 19,689,347.64	C/ 25,299,846.57	C/ 31,889,305.53
Menos:					
Impuestos	25% C/ 2,721,334.84	C/ 3,730,839.02	C/ 4,922,336.91	C/ 6,324,961.64	C/ 7,972,326.38
Utilidad Neta	C/ 8,164,004.52	C/ 11,192,517.06	C/ 14,767,010.73	C/ 18,974,884.93	C/ 23,916,979.14
Mas:					
Gasto por depreciación	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00	C/ 397,888.00
Total	-C/ 8,000,000.00	C/ 8,561,892.52	C/ 11,590,405.06	C/ 15,164,898.73	C/ 19,372,772.93
Costo Capital	10.24%				
VAN	C/44,152,887.73				
TIR	133%				
EVA 1	9,591,519.81				
EVA 2	13,360,160.58				
EVA 3	17,800,867.72				
EVA 4	23,021,224.07				
EVA 5	29,145,356.30				

Fuente: Elaboración propia, 2025

En el escenario optimista del emprendimiento D´Kai, se dibuja un panorama muy alentador para los próximos cinco años. Con una inversión inicial de ₡8 millones, el negocio comienza a generar ingresos crecientes desde el primer año, alcanzando cerca de ₡63 millones en el quinto. Este crecimiento está acompañado de un manejo responsable de los gastos operativos, lo que permite que las utilidades netas también aumenten año con año, comenzando en poco más de ₡8 millones y superando los ₡23 millones al final del periodo.

Este escenario muestra que D´Kai no solo logra recuperar su inversión inicial, sino que también genera un valor considerable. Los indicadores financieros reflejan este éxito: un Valor Actual Neto (VAN) superior a los ₡44 millones y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 133%, lo que demuestra un rendimiento muy atractivo. Además, el Valor Económico Agregado (EVA) muestra una mejora continua, lo que indica que la empresa no solo es rentable, sino que también crea valor real por encima del costo del capital. En conjunto, estos resultados permiten visualizar el gran potencial del emprendimiento si se dan las condiciones ideales de mercado y gestión.

4.3.2.8 Flujo en el escenario estresado

Analizar el flujo en el escenario estresado es fundamental para D´Kai, ya que permite anticipar posibles desafíos y evaluar cómo afectarán la viabilidad financiera del emprendimiento. Este análisis ayuda a identificar áreas vulnerables y a tomar decisiones estratégicas, como ajustar costos o modificar las ventas, para mantener la rentabilidad. Además, proporciona una base para desarrollar planes de contingencia, fortaleciendo la capacidad del negocio para adaptarse y sobrevivir a imprevistos, asegurando su sostenibilidad en tiempos difíciles.

Tabla 23 Flujo del escenario estresado del emprendimiento D'Kai

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	₡ 8,000,000.00					
Aporte Socios		-				
Ingresos		₡ 28,908,000.00	₡ 31,220,640.00	₡ 33,718,291.20	₡ 36,415,754.50	₡ 39,329,014.86
Total Ingresos		₡ 28,908,000.00	₡ 31,220,640.00	₡ 33,718,291.20	₡ 36,415,754.50	₡ 39,329,014.86
Menos: Gastos Administrativos						
Salarios y Cargas Sociales	10%	₡ 14,615,037.25	₡ 16,076,540.98	₡ 17,684,195.08	₡ 19,452,614.58	₡ 21,397,876.04
Servicios públicos	10%	₡ 540,000.00	₡ 594,000.00	₡ 653,400.00	₡ 718,740.00	₡ 790,614.00
Suministros y Gasto por Mantenimiento	10%	₡ 300,000.00	₡ 330,000.00	₡ 363,000.00	₡ 399,300.00	₡ 439,230.00
Materias Primas	10%	₡ 5,939,505.00	₡ 6,533,455.50	₡ 7,186,801.05	₡ 7,905,481.16	₡ 8,696,029.27
Gasto por depreciación		₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00
Amortización del préstamo.		₡ 1,291,363.82	₡ 1,429,985.71	₡ 1,583,488.01	₡ 1,753,468.06	₡ 1,941,694.68
Total de Gastos Administrativos		₡ 23,083,794.08	₡ 25,361,870.19	₡ 27,868,772.13	₡ 30,627,491.80	₡ 33,663,331.99
Utilidad antes de intereses e impuestos		₡ 5,824,205.92	₡ 5,858,769.81	₡ 5,849,519.07	₡ 5,788,262.70	₡ 5,665,682.86
Intereses		₡ 759,707.62	₡ 621,085.73	₡ 467,583.43	₡ 297,603.38	₡ 109,376.76
Utilidad antes de impuestos		₡ 5,064,498.31	₡ 5,237,684.08	₡ 5,381,935.63	₡ 5,490,659.32	₡ 5,556,306.10
Menos:						
Impuestos	25%	₡ 1,266,124.58	₡ 1,309,421.02	₡ 1,345,483.91	₡ 1,372,664.83	₡ 1,389,076.53
Utilidad Neta		₡ 3,798,373.73	₡ 3,928,263.06	₡ 4,036,451.73	₡ 4,117,994.49	₡ 4,167,229.58
Mas:						
Gasto por depreciación		₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00	₡ 397,888.00
Total		-₡ 8,000,000.00	₡ 4,196,261.73	₡ 4,326,151.06	₡ 4,434,339.73	₡ 4,515,882.49
Costo Capital	10.24%					
VAN	₡7,744,581.07					
TIR	46%					
EVA 1	4,254,580.28					
EVA 2	4,455,209.12					
EVA 3	4,629,125.88					
EVA 4	4,770,243.32					
EVA 5	4,871,592.16					

Fuente: Elaboración propia, 2025

En el escenario estresado, el emprendimiento D´Kai enfrenta un contexto más desafiante, con ingresos que comienzan en ₡28,908,000 en el primer año y van aumentando de manera más lenta, llegando a ₡39,329,015 al final del quinto año. Los gastos administrativos, como salarios, servicios públicos y materias primas, aumentan en un 10% anual, lo que hace que los costos sean más altos cada año. A pesar de este aumento en los gastos, la empresa logra mantener una utilidad antes de impuestos (EBIT) de ₡5,824,206 al inicio, con una ligera disminución a lo largo de los años, pero sin grandes caídas.

La utilidad neta también sigue un patrón similar, creciendo moderadamente hasta alcanzar los ₡4,167,230 en el quinto año. El flujo de caja muestra que, aunque las condiciones son más difíciles, el negocio sigue generando ingresos y manteniendo resultados positivos, con un valor actual neto (VAN) de ₡7,744,581.07 y una tasa interna de retorno (TIR) del 46%. Esto indica que, aunque el escenario no es tan favorable, el emprendimiento tiene la capacidad de seguir siendo rentable incluso bajo presiones económicas.

4.3.2.9 Cálculo del Valor Económico Agregado

El cálculo del EVA (Valor Económico Agregado) es clave para el emprendimiento D´Kai porque permite entender realmente si el negocio está generando valor a largo plazo. Más allá de los beneficios que muestra la contabilidad tradicional, el EVA se enfoca en si los ingresos generados son suficientes para cubrir el costo del capital invertido, es decir, si el negocio está creando riqueza real para los accionistas.

Para D´Kai, ver cómo crece el EVA a lo largo de los años es una señal positiva de que las decisiones financieras y estratégicas que se están tomando están funcionando. Un EVA positivo demuestra que la empresa no solo está cubriendo sus gastos operativos, sino que está logrando un retorno que supera el costo del dinero invertido. Esto es esencial, ya que permite tomar decisiones más claras sobre cómo reinvertir los beneficios para seguir creciendo. Además,

el EVA ayuda a identificar áreas en las que la empresa podría mejorar, optimizando así sus operaciones y asegurando que el emprendimiento sea sostenible y rentable a largo plazo.

Tabla 24 *Cálculo del EVA para el emprendimiento D’Kai*

Calculo EVA Escenario Normal				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
₡6,917,178.01	₡ 8,731,879.22	₡10,772,708.91	₡13,065,203.90	₡15,637,630.11

Calculo EVA Escenario Optimista				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
₡9,591,519.81	₡13,360,160.58	₡17,800,867.72	₡23,021,224.07	₡29,145,356.30

Calculo EVA Escenario Estresado				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
₡4,254,580.28	₡ 4,455,209.12	₡ 4,629,125.88	₡ 4,770,243.32	₡ 4,871,592.16

Fuente: Elaboración propia, 2025

El cálculo del EVA (Valor Económico Agregado) para el emprendimiento D’Kai se presenta en tres escenarios diferentes: normal, optimista y estresado, lo que permite tener una visión completa de cómo podría evolucionar el negocio en diversas situaciones.

En el escenario normal, el EVA crece de manera estable con el paso de los años. Comienza en el primer año con ₡6,917,178.01 y, poco a poco, va aumentando hasta alcanzar ₡15,637,630.11 en el quinto año. Este crecimiento refleja una rentabilidad positiva, sin cambios drásticos, lo que sugiere que el emprendimiento sigue un camino sólido y constante.

En el escenario optimista, las proyecciones de EVA son mucho más altas. El emprendimiento experimenta un desempeño muy favorable, comenzando con ₡9,591,519.81 en el primer año y alcanzando un impresionante ₡29,145,356.30 al final del quinto año. Esto refleja un entorno de crecimiento acelerado y éxito, donde los ingresos crecen más rápido y los costos están bajo control.

En el escenario estresado, el EVA aumenta, pero de forma más lenta y con menor margen. Inicia en ₡4,254,580.28 en el primer año y, aunque crece cada año, lo hace a un ritmo más moderado, llegando a ₡4,871,592.16 en el quinto año. Este escenario refleja un entorno más complicado, donde los desafíos económicos y operativos hacen que los márgenes de rentabilidad sean más ajustados.

4.3.2.10 Cálculo del TIR y VAN

Calcular el TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto) es esencial para el emprendimiento D´Kai, ya que ambas métricas permiten evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto. El TIR muestra la rentabilidad de la inversión en relación con su costo de capital, indicando si el negocio está generando retornos atractivos. Por otro lado, el VAN mide el valor total generado por los flujos de efectivo descontados, y un VAN positivo demuestra que el emprendimiento es financieramente sostenible. En conjunto, estos indicadores ayudan a tomar decisiones estratégicas informadas, gestionando riesgos y asegurando un camino hacia el crecimiento y la rentabilidad.

Tabla 25 Cálculo del TIR y el VAN del emprendimiento D´Kai

Calculo del TIR por escenario		
Escenario Normal	Escenario Optimista	Escenario Estresado
93%	133%	46%

Calculo del VAN por escenario		
Escenario Normal	Escenario Optimista	Escenario Estresado
<u>₡24,560,048.08</u>	<u>₡44,152,887.73</u>	<u>₡7,744,581.07</u>

Fuente: Elaboración propia, 2025

El análisis del TIR y el VAN para el emprendimiento D´Kai muestra cómo las expectativas de rentabilidad varían según el escenario considerado. En el escenario normal, el TIR se sitúa

en 93% y el VAN en ¢24 560 048,08, lo que indica un retorno positivo y atractivo para los inversionistas.

Si las condiciones son más favorables, como en el escenario optimista, el TIR aumenta a 133% y el VAN sube a ¢44 152 887,73, lo que sugiere un gran potencial de crecimiento. Sin embargo, en un escenario estresado, donde las condiciones del mercado son más difíciles, el TIR disminuye a 46% y el VAN se reduce a ¢7 744 581,07, mostrando que la rentabilidad se ve considerablemente afectada. Estos cálculos son fundamentales para entender los diferentes riesgos y oportunidades que el emprendimiento podría enfrentar, lo que ayuda a tomar decisiones informadas y a planificar con anticipación.

4.3.2.11 Análisis DUPONT

El análisis DuPont es una herramienta muy valiosa para D´Kai porque ofrece una forma clara y detallada de entender cómo está funcionando la empresa en términos financieros. Al desglosar el retorno sobre el capital invertido (ROE) en tres factores clave margen de utilidad, rotación de activos y apalancamiento financiero—, el análisis permite ver con precisión en qué áreas se puede mejorar, ya sea optimizando costos, mejorando las ventas o gestionando de manera más eficiente los activos.

Además, al comprender cómo la empresa genera ganancias en relación con el capital que ha invertido, D´Kai podrá tomar decisiones más informadas, atraer posibles inversionistas y, en general, evaluar si está en el camino correcto hacia un crecimiento sostenible. Este tipo de análisis ayuda a tener una visión clara de los puntos fuertes y las áreas que necesitan atención para asegurar el éxito a largo plazo.

Tabla 26 Análisis DUPONT del emprendimiento D´Kai

Análisis Dupont Escenario Normal					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación de Activos Totales	3.16	3.15	3.13	3.09	3.04
ROA	0.58	0.66	0.72	0.78	0.83
ROE	0.58	0.72	0.88	1.06	1.26

Análisis Dupont Escenario Optimista					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación de Activos Totales	2.85	2.71	2.58	2.46	2.35
ROA	0.65	0.73	0.80	0.85	0.89
ROE	0.80	1.09	1.44	1.85	2.33

Análisis Dupont Escenario Estresado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación de Activos Totales	3.65	4.09	4.59	5.18	5.88
ROA	0.48	0.51	0.55	0.59	0.62
ROE	0.37	0.38	0.39	0.40	0.41

Fuente: Elaboración propia, 2025

El análisis DuPont para el emprendimiento D´Kai ofrece una visión clara de cómo se comporta la empresa bajo distintos escenarios, lo que resulta clave para entender su eficiencia operativa y financiera a lo largo del tiempo.

En el escenario normal, el margen de utilidad muestra una ligera caída de 3.16 en el primer año a 3.04 en el quinto, lo que sugiere que, aunque la rentabilidad disminuye un poco, D´Kai sigue siendo capaz de generar buenas ganancias. La rotación de activos mejora de manera constante, comenzando en 0.58 y subiendo a 0.83 al final del periodo, lo que indica que la empresa va aprovechando mejor sus activos para generar ingresos. En cuanto al apalancamiento financiero, hay un aumento progresivo, de 0.58 en el primer año a 1.26 en el quinto, lo que implica que D´Kai está tomando más deuda para financiar su expansión, algo positivo, pero también algo a considerar en términos de riesgo.

En el escenario optimista, el margen de utilidad empieza en 2.85 y baja hasta 2.35 al final del periodo. Aunque sigue siendo rentable, esto puede indicar que los costos han aumentado o que los precios no crecieron tanto como se esperaba. Por otro lado, la rotación de activos mejora

de manera significativa, pasando de 0.65 en el primer año a 0.89 en el quinto, lo que significa que D´Kai se vuelve más eficiente en el uso de sus recursos. El apalancamiento financiero aumenta considerablemente, subiendo de 0.80 en el primer año a 2.33 en el quinto, lo que muestra que la empresa depende más de la deuda para financiar su crecimiento. Esto podría ser positivo si el crecimiento se mantiene, pero también implica más riesgo si las condiciones cambian.

En el escenario estresado, el margen de utilidad es más alto en comparación con los otros escenarios, comenzando en 3.65 y subiendo hasta 5.88 en el quinto año. Esto sugiere que, a pesar de las dificultades, D´Kai ha logrado manejar sus costos de manera efectiva o ha aumentado sus precios con éxito. La rotación de activos también mejora, pero de manera más modesta, subiendo de 0.48 a 0.62, lo que indica que la empresa va mejorando en eficiencia, pero no de forma tan destacada como en los otros escenarios. El apalancamiento financiero se mantiene bajo a lo largo del tiempo, lo que muestra que D´Kai prefiere un enfoque más conservador al endeudarse, algo que puede ser positivo para mantener el control en momentos inciertos.

4.3.2.12 FODA para el emprendimiento D´Kai

Fortalezas

1. **Modelo de negocio rentable y resiliente:** Aun en el escenario estresado, la empresa mantiene utilidades y flujo de caja positivo, lo cual demuestra solidez operativa.
2. **Proyección financiera favorable:** El análisis de escenarios arroja un VAN y TIR positivos en todos los contextos (normal, optimista y estresado), lo que confirma que la inversión genera valor.
3. **Punto de equilibrio claro y alcanzable:** Con 618 unidades mensuales, D´Kai tiene una meta concreta de ventas que permite planificar de forma estratégica.

4. **Eficiencia en el uso de los activos:** El análisis DuPont muestra una mejora progresiva en la rotación de activos, lo que refleja un uso cada vez más eficaz de los recursos disponibles.
5. **Adaptabilidad en precios:** El negocio contempla ajustes graduales de precios para contrarrestar la inflación y la variabilidad en el tipo de cambio, lo que permite proteger el margen de ganancia.
6. **Visión estratégica preventiva:** La planificación financiera a cinco años, con escenarios variables y análisis detallados, demuestra una gestión previsor y orientada al largo plazo.

Oportunidades

1. **Creciente demanda de productos personalizados y saludables:** El mercado actual valora cada vez más productos únicos, naturales o hechos artesanalmente, como los que ofrece D’Kai.
2. **Exploración de nuevos canales de venta:** El comercio digital y las redes sociales representan una oportunidad para aumentar la visibilidad y el alcance comercial sin grandes inversiones adicionales.
3. **Programas de apoyo a emprendedores:** Acceder a capacitaciones, subvenciones o convenios con instituciones puede fortalecer la gestión financiera y operativa del negocio.
4. **Alianzas estratégicas con comercios locales:** D’Kai puede ampliar su distribución a través de tiendas físicas, ferias o puntos de venta saludables.
5. **Aprovechamiento de nichos de mercado:** Segmentar mejor al público objetivo (ej. personas con restricciones alimentarias, público vegano, niños o deportistas) podría potenciar las ventas.

Debilidades

1. **Alto nivel de endeudamiento inicial:** El préstamo representa una obligación mensual fija que afecta el flujo de caja y eleva el apalancamiento, especialmente en el escenario optimista.
2. **Dependencia de un volumen mínimo de ventas:** No alcanzar las 618 unidades mensuales significaría incurrir en pérdidas, lo cual genera presión constante sobre las ventas.
3. **Sensibilidad ante variaciones de precios en insumos:** El aumento en el costo de materias primas y servicios afecta directamente el margen de ganancia si no se controlan con precisión.
4. **Falta de análisis detallado de competencia y entorno regulatorio:** Aunque se infieren riesgos en estos ámbitos, no se ha realizado un estudio específico que permita anticiparse o reaccionar con mayor precisión.
5. **Ausencia de diversificación en la oferta inicial:** Si el producto no logra una rápida aceptación, no hay aún una línea alternativa de respaldo claramente establecida.

Amenazas

1. **Inflación y devaluación constantes:** Los costos pueden aumentar de forma sostenida, lo que podría reducir la rentabilidad si los ingresos no crecen al mismo ritmo.
2. **Alta competencia en el mercado de productos alimenticios:** Existen múltiples marcas, tanto industriales como artesanales, que podrían captar parte del nicho al que apunta D’Kai.
3. **Cambios regulatorios en etiquetado o normativas sanitarias:** Una modificación legal podría obligar a realizar ajustes costosos en procesos o empaque.

4. **Riesgo de sobreendeudamiento si se reinvierte sin control:** El crecimiento proyectado debe ir acompañado de un manejo financiero muy prudente, ya que el apalancamiento elevado podría poner en riesgo la estabilidad del negocio.
5. **Baja capacidad de respuesta ante eventos imprevistos:** Al ser un emprendimiento nuevo, cualquier situación extraordinaria (como una caída brusca en la demanda o problemas de abastecimiento) podría comprometer su continuidad operativa.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión del objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024

1. La inversión en maquinaria representa el mayor componente del capital inicial: El gasto más significativo corresponde a la compra de equipos industriales, con una inversión total de ₡4.388.880, lo que equivale a más del 50% del capital requerido. Esta inversión es crucial para asegurar una producción eficiente y garantizar la calidad del producto, permitiendo que el emprendimiento inicie con una capacidad operativa adecuada.

2. Los costos legales y administrativos son indispensables para formalizar la empresa: Los gastos pre-operativos ascienden a ₡415.000 e incluyen la constitución legal, patente municipal y honorarios contables. Este desembolso es fundamental para que D´Kai pueda operar legalmente desde el inicio, evitando sanciones y garantizando el cumplimiento fiscal.

3. El inventario inicial es estratégico para iniciar operaciones con insumos clave: D´Kai debe realizar una inversión de ₡479.960 en materia prima y empaques para iniciar la producción. Este inventario está alineado con el modelo de negocio y puede optimizarse en el futuro mediante descuentos por compras al por mayor, lo cual permitiría reducir costos conforme se escalen las operaciones.

4. Se contempla la sostenibilidad operativa mediante gastos recurrentes: Además de la inversión inicial, se prevén gastos operativos variables asociados a vegetales, empaques y envíos, que dependerán de proveedores y volúmenes de venta. Su planificación es esencial para mantener un flujo constante de producción y entrega, asegurando continuidad en el servicio al cliente.

5. La creación de un fondo de imprevistos evidencia una planificación financiera prudente: El emprendimiento ha destinado ₡2.716.160 como fondo de respaldo para enfrentar contingencias. Esta previsión financiera es una práctica responsable que permite mitigar riesgos

y sostener el negocio ante eventos inesperados, fortaleciendo su estabilidad durante la etapa de arranque.

5.2 Discusión del objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada

1. Las mujeres muestran mayor afinidad por el producto o servicio: Al observar la composición de quienes responden la encuesta, se nota que la mayoría son mujeres. Representan un 60.73% del total, lo que indica que son ellas quienes más se identifican con la propuesta del emprendimiento D´Kai. Esta participación femenina tan marcada sugiere que los intereses, necesidades y estilos de vida de este grupo deben ocupar un lugar central en la planificación de la oferta y en las estrategias de comunicación del proyecto.

2. La calidad y el cumplimiento de expectativas impulsan la compra frecuente: Una gran parte de las personas encuestadas manifiesta que estaría dispuesta a comprar con regularidad si el producto cumple con sus expectativas. Además, valoran de forma significativa la calidad y los beneficios ofrecidos al momento de decidir una compra. Este comportamiento evidencia que no basta con captar la atención inicial: asegurar la satisfacción real del cliente es lo que define la continuidad del consumo.

3. Existe una sensibilidad clara al precio dentro de un rango accesible: Más de la mitad de los participantes considera que un precio entre los 2.000 y 5.000 colones resulta justo y razonable. Este dato refleja que el emprendimiento tiene frente a sí un perfil de consumidor que busca accesibilidad sin sacrificar calidad. Establecer un precio dentro de ese rango podría facilitar la entrada al mercado y fortalecer la aceptación desde el inicio.

4. Las promociones y descuentos son un fuerte motor de decisión: Casi el 91% de las personas afirma que su interés de compra aumenta si se ofrecen promociones o descuentos. Esta tendencia pone en evidencia que, en el contexto actual, los incentivos comerciales tienen

un peso importante en la decisión final del cliente. Las ofertas pueden marcar la diferencia entre una intención de compra y una compra concreta.

5. El producto genera confianza y se convierte en algo que las personas estarían dispuestas a recomendar: Una parte considerable de los encuestados no solo se muestra interesada en adquirir el producto, sino que además estaría dispuesta a recomendarlo a familiares y amigos. Esto refleja una percepción positiva general sobre la propuesta de D´Kai, lo cual es clave para construir una reputación sólida y fomentar el crecimiento mediante recomendaciones directas.

5.3 Discusión del objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.

1. El entorno económico desafiante exige innovación y adaptabilidad constante: La inflación, las políticas fiscales y los cambios en las preferencias de los consumidores obligan a D´Kai a priorizar la innovación, la sostenibilidad y la flexibilidad para mantener su competitividad en un mercado volátil como el costarricense en 2025.

2. El seguimiento de la competencia es esencial para anticipar tendencias: El análisis revela que el benchmarking y el monitoreo de tendencias globales son herramientas imprescindibles para que D´Kai pueda adaptar su oferta, captar nuevas necesidades del consumidor y responder rápidamente a las estrategias de sus competidores.

3. El cumplimiento regulatorio debe equilibrarse con estrategias de marketing efectivas: En sectores como el alimentario, donde opera D´Kai, es clave cumplir rigurosamente las normativas legales y sanitarias, pero también mantener una comunicación clara, transparente y atractiva para no comprometer la conexión con el cliente.

4. Integrar tendencias de salud, sostenibilidad y tecnología fortalecerá el posicionamiento: La creciente preocupación de los consumidores por el bienestar personal, la sostenibilidad y la

conveniencia subraya la necesidad de que D´Kai integre estos valores en sus productos, procesos y estrategias de comunicación para diferenciarse en el mercado.

5. Diversificar productos y mercados reduce riesgos económicos: La dependencia de pocos proveedores o mercados incrementa la vulnerabilidad de D´Kai ante fluctuaciones económicas. Diversificar su oferta y explorar mercados internacionales es fundamental para construir un modelo de negocio más resiliente.

6. El compromiso financiero por el préstamo exige una gestión de flujo de caja disciplinada: D´Kai asume una cuota mensual fija de ₡170.922,62 durante cinco años, lo que representa una presión constante sobre el flujo operativo. La administración eficiente de los ingresos y egresos será crítica para cumplir con esta obligación sin afectar la liquidez.

7. El punto de equilibrio operativo es alcanzable, pero requiere disciplina comercial: D´Kai necesita vender al menos 618 unidades mensuales para cubrir sus costos. Alcanzar esta meta demanda una estrategia comercial sólida y un monitoreo constante de la eficiencia en costos variables y volumen de ventas.

8. El análisis de escenarios financieros confirma la viabilidad del negocio, pero advierte riesgos: El modelo proyecta rentabilidad en escenarios normal, optimista y estresado, con VANs y TIRs positivos en todos los casos. Sin embargo, el escenario optimista depende de un alto nivel de apalancamiento, lo que incrementa el riesgo financiero si no se cumplen las metas de ventas.

9. El apalancamiento financiero debe manejarse con cautela para evitar vulnerabilidad: El análisis DuPont evidencia que en escenarios optimistas el negocio se apalanca más para crecer. D´Kai debe asegurar que el financiamiento adicional esté respaldado por proyecciones realistas y no comprometa su estabilidad si el mercado se desacelera.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

A continuación, se presentan las conclusiones obtenidas del análisis de resultados de los instrumentos aplicados en la investigación:

6.1.1 Conclusiones del objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024

Desde el inicio, D´Kai reconoce la importancia de contar con equipos industriales que respalden la calidad y capacidad de producción. Esta inversión no solo representa el mayor porcentaje del capital inicial, sino que refleja una apuesta consciente por arrancar con bases técnicas sólidas.

El emprendimiento demuestra claridad al incorporar desde el inicio los costos relacionados con su formalización. Al cubrir aspectos como la patente, la inscripción legal y los honorarios contables, se asegura de comenzar en regla, lo cual facilita su proyección y crecimiento en el tiempo.

La inversión en insumos y empaques responde a una estrategia lógica que permite iniciar la producción de inmediato. Esta decisión refleja una planificación operativa efectiva que podrá ajustarse y optimizarse conforme aumente la escala del negocio.

D´Kai contempla desde el principio los gastos variables relacionados con su operación diaria, lo que muestra una visión realista del negocio. Al anticipar estos costos, se prepara para mantener una cadena de valor fluida que responda oportunamente a la demanda.

Al reservar un monto específico para contingencias, el emprendimiento deja claro que no solo se enfoca en crecer, sino también en sostenerse. Esta previsión le permite enfrentar posibles dificultades sin comprometer la operatividad del negocio durante sus primeras etapas.

6.1.2 Conclusiones del objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada

D´Kai logra captar mayor atención entre las mujeres, quienes representan más del 60% de las personas interesadas en su propuesta. Esta inclinación marca una ruta clara para el emprendimiento, que puede enfocar sus esfuerzos en adaptar su mensaje, estética y oferta comercial a las preferencias y hábitos de consumo de este grupo.

La mayoría de quienes responden la encuesta deja claro que están dispuestos a comprar con frecuencia si el producto cumple con sus expectativas. Este comportamiento reafirma que la satisfacción no solo impulsa una primera compra, sino que sostiene la relación a largo plazo con el consumidor.

Las personas encuestadas coinciden en que un precio moderado, especialmente entre ₡2.000 y ₡5.000, resulta adecuado para el tipo de producto que ofrece D´Kai. Esta referencia permite al negocio tomar decisiones más acertadas sobre su política de precios y reforzar su posicionamiento como una alternativa atractiva y justa.

Una proporción muy alta de las personas encuestadas reconoce que estaría más dispuesta a comprar si se le presenta una oferta o descuento. Esto confirma que las campañas promocionales no solo captan atención, sino que pueden ser la clave para convertir el interés en acción.

La confianza que inspira el producto se traduce en una alta intención de recomendación. Esta actitud positiva permite prever un efecto multiplicador a través del boca a boca, lo que fortalece la imagen de D´Kai y abre la puerta a nuevas oportunidades de crecimiento orgánico.

6.1.3 Conclusiones del objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.

El contexto costarricense en 2025 se caracteriza por incertidumbre fiscal, inflación y cambios frecuentes en el comportamiento del consumidor. Frente a este panorama, el emprendimiento comprende que innovar, ser flexible y apostar por modelos sostenibles ya no es opcional, sino una necesidad para mantenerse relevante y competitivo.

El análisis revela que el monitoreo constante de competidores y la referencia a buenas prácticas del sector permiten a D´Kai anticiparse a los movimientos del mercado. Esta vigilancia estratégica se convierte en una herramienta clave para ajustar la oferta, detectar oportunidades y evitar quedarse atrás.

Dado que D´Kai opera en un sector regulado como el alimentario, debe seguir al pie de la letra las disposiciones sanitarias y legales. Sin embargo, también es consciente de que cumplir con la ley no basta. Mantener una comunicación transparente y atractiva es esencial para construir confianza y fidelizar a sus clientes.

Los consumidores actuales valoran cada vez más los productos que se alinean con estilos de vida saludables, prácticas responsables y soluciones prácticas. D´Kai entiende esta tendencia y trabaja por integrarla no solo en sus productos, sino también en su forma de comunicar, producir y relacionarse con su entorno.

La diversificación se convierte en una estrategia clave para reducir riesgos asociados a la dependencia de pocos clientes o proveedores. D´Kai identifica en esta vía una oportunidad para crecer de forma más equilibrada, tanto dentro como fuera del país.

Con una cuota mensual fija por cinco años, el emprendimiento sabe que su liquidez puede verse presionada si no se gestiona con orden. Llevar un control estricto del flujo de caja y tomar

decisiones prudentes respecto a los gastos será fundamental para mantener su solvencia sin comprometer su operación.

La meta de vender 618 unidades por mes para cubrir los costos no es imposible, pero sí implica un esfuerzo sostenido en términos comerciales. Lograrlo dependerá de mantener una estructura eficiente de costos variables y de implementar estrategias de venta bien enfocadas.

Las proyecciones económicas son alentadoras en diferentes escenarios, lo que valida la viabilidad del negocio. No obstante, el equipo emprendedor entiende que estos resultados se sostienen sobre supuestos que deben revisarse regularmente para evitar desviaciones que comprometan la rentabilidad esperada.

El análisis financiero deja claro que el apalancamiento puede acelerar el desarrollo del negocio, pero también aumentar su vulnerabilidad. D´Kai sabe que recurrir a más financiamiento debe estar siempre respaldado por datos sólidos, metas alcanzables y una lectura realista del entorno.

6.2 Recomendaciones

A continuación, se presentan las recomendaciones al emprendimiento D´Kai basadas en las conclusiones obtenidas de la investigación.

6.2.1 Recomendaciones del objetivo 1: Analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D´Kai, con el fin de determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024

Ya que la inversión en equipos industriales representa el pilar de la producción, es recomendable establecer desde el inicio un calendario de mantenimiento preventivo. Esto no solo prolonga la vida útil de los activos, sino que asegura la continuidad operativa sin interrupciones que puedan afectar la calidad o los tiempos de entrega.

D´Kai ha iniciado con el pie derecho al cumplir con los requisitos formales. Para sostener esta base sólida, se sugiere revisar periódicamente la vigencia de permisos, contratos y obligaciones fiscales, de modo que se eviten sanciones o contratiempos legales que puedan entorpecer su crecimiento.

La inversión inicial en insumos es clave para arrancar con agilidad, pero conforme avanza la operación, se recomienda llevar un control riguroso del inventario. Esto permitirá detectar patrones de consumo, anticipar necesidades y aprovechar descuentos por volumen sin generar acumulaciones innecesarias.

Dado que los gastos diarios están sujetos a factores externos como proveedores o cambios en la demanda, es conveniente que D´Kai defina márgenes de tolerancia que le ayuden a tomar decisiones rápidas cuando se presenten desviaciones significativas en los costos variables.

Contar con un colchón financiero desde el arranque es una muestra de planificación responsable. A medida que el negocio crezca, se recomienda aumentar este fondo de forma proporcional, garantizando así que D´Kai siempre cuente con recursos para responder ante imprevistos o aprovechar nuevas oportunidades sin comprometer su liquidez.

6.2.2 Recomendaciones del objetivo 2: Realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada

Dado que la mayoría del público interesado son mujeres, es recomendable que D´Kai diseñe campañas publicitarias y mensajes de marca que conecten con sus intereses, estilos de vida y hábitos de consumo. Esto incluye desde el diseño del empaque hasta los canales de promoción, apostando por un lenguaje cercano, visualmente atractivo y emocionalmente relevante para este segmento.

El hecho de que muchas personas estén dispuestas a comprar con frecuencia si se cumplen sus expectativas reafirma la importancia de cuidar cada detalle del producto y la

experiencia de compra. D´Kai puede aprovechar este hallazgo fortaleciendo sus canales de retroalimentación y aplicando mejoras continuas con base en las sugerencias del público.

La percepción favorable del rango de precio entre ₡2.000 y ₡5.000 debe guiar las decisiones comerciales. Es fundamental que el emprendimiento sostenga su propuesta de valor dentro de ese rango, cuidando los márgenes de rentabilidad, pero también el equilibrio entre costo y beneficio desde la perspectiva del cliente.

Ante el alto interés en descuentos y ofertas, se sugiere que D´Kai implemente campañas promocionales bien calendarizadas, ya sea para fechas especiales, lanzamientos o compras frecuentes. Estas acciones no solo pueden impulsar la venta inmediata, sino también fomentar la fidelización si se acompañan de una buena experiencia.

El nivel de confianza e intención de recomendación que despierta el producto es una oportunidad valiosa. D´Kai puede capitalizar este respaldo promoviendo testimonios de clientes satisfechos en redes sociales o incluso implementando un sistema de referidos que premie a quienes compartan su experiencia con otras personas.

6.2.3 Recomendaciones del objetivo 3: Examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados.

Frente a la inestabilidad fiscal y los cambios constantes en el comportamiento del consumidor, D´Kai debe mantenerse en alerta y promover una cultura interna de innovación. Esto implica revisar con frecuencia sus procesos, productos y canales de venta para adaptarse con agilidad a lo que el mercado demande en cada momento.

Para anticiparse a tendencias y movimientos del sector, se recomienda que D´Kai formalice un proceso de benchmarking y análisis competitivo mensual. Esto le permitirá tomar

decisiones más rápidas y basadas en información real, lo que fortalece su capacidad de reacción ante cambios del entorno.

Dado que opera en un rubro regulado, es clave que D´Kai mantenga actualizada toda su documentación sanitaria y legal. Sin embargo, también debe prestar especial atención a cómo comunica su propuesta: ser transparente, cercano y coherente con sus valores es lo que genera confianza y fidelidad a largo plazo.

Las nuevas generaciones de consumidores exigen más que un buen producto: quieren marcas alineadas con sus principios. D´Kai puede capitalizar esta tendencia destacando prácticas sostenibles en su producción, ingredientes saludables en su oferta y el uso de herramientas tecnológicas que mejoren la experiencia del cliente.

Para no depender de pocos clientes o proveedores, el emprendimiento debe ir ampliando su gama de productos y buscar oportunidades de venta en otras zonas geográficas, incluso fuera del país. Este movimiento debe ser progresivo y respaldado por estudios de mercado que garanticen su viabilidad.

Ante el compromiso adquirido con el préstamo, D´Kai necesita administrar cuidadosamente sus flujos de ingresos y egresos. Priorizar el control de costos, evitar gastos innecesarios y reservar un porcentaje fijo de ingresos mensuales puede hacer la diferencia entre una operación sana y una situación de riesgo.

Superar las 618 unidades vendidas por mes requiere una mezcla de acciones comerciales bien pensadas. El emprendimiento puede apoyarse en promociones, alianzas locales, activaciones de marca y canales digitales para aumentar el volumen de ventas sin elevar de forma significativa sus costos operativos.

Aunque los escenarios proyectados son optimistas, es recomendable que D´Kai actualice sus proyecciones de forma periódica. Esto le permitirá reaccionar con anticipación si se presentan desviaciones significativas y ajustar sus estrategias antes de que impacten su rentabilidad.

El crédito puede ser una herramienta poderosa para crecer, pero también puede volverse un riesgo si no se gestiona con cautela. Cualquier decisión de financiamiento adicional debe estar basada en metas claras, datos actualizados y un análisis cuidadoso de la capacidad de pago del negocio.

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

Tras examinar cuidadosamente los factores económicos y financieros que influyen en la viabilidad del emprendimiento D'KAI en Tibás, se propone una iniciativa concreta que responda tanto a las necesidades identificadas en el mercado como a las capacidades de los socios emprendedores. Esta propuesta nace como una solución habitacional accesible y funcional para inquilinos que buscan seguridad, confort y una ubicación estratégica.

7.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Alimentos D'KAI.

7.2. ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESARROLLARÁ

La propuesta será ejecutada por una sociedad anónima conformada por los socios fundadores de D'KAI, creada específicamente para el desarrollo, financiamiento y administración del proyecto de alimentos saludables. La sociedad permitirá canalizar los recursos financieros, gestionar los permisos legales y contratar a los proveedores requeridos para su ejecución.

7.3. OBJETIVOS

7.3.1. Objetivo general de la propuesta

Ofrecer una opción de alimentación saludable, funcional y a precio accesible, que se adapte a las necesidades actuales de los usuarios en el cantón de Tibás.

7.3.2. Objetivos específicos de la propuesta

- Formalizar la sociedad mercantil que dará respaldo legal y operativo al proyecto.
- Ejecutar un desarrollo de emprendimiento que cumpla con los requerimientos del mercado meta.

- Supervisar que el emprendimiento y sus colaboradores cumplan con la normativa correspondiente vigente en Costa Rica.

7.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES

Tabla 27 *Cronograma de actividades y responsables*

Actividad	Persona Encargada	Cumplimiento
Inscribir la sociedad ante un notario	Socios	√
Obtener el uso de suelo ante la Municipalidad de Tibás	Socio 1	√
Gestionar el préstamo y pagos según avance de obra	Socios	√
Coordinación del proyecto bajo modalidad "llave en mano", que incluye permisos y ejecución	Arquitecto de la construcción	√
Supervisión del cumplimiento de leyes y requisitos: Ley 7600, Ley 8228, permisos del Ministerio de Salud, disposiciones del MTSS	Arquitecto y empresa constructora	√

Fuente: Elaboración propia, 2025.

7.4.1. Cronograma Diagrama de Gantt

Tabla 28 Cronograma de Gantt

Actividad	Responsable	Inicio	Fin	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11
Proyecto: Alimentos D'KAI														
Constitución legal de la empresa D'Kai	Socios	Semana 1	Semana 2	x	x									
Solicitud de permisos sanitarios y municipales	Socio 1	Semana 2	Semana 4		x	x	x							
Gestión de financiamiento con entidad bancaria	Socios	Semana 3	Semana 5			x	x	x						
Diseño del local y adecuación del espacio físico	Arquitecto	Semana 4	Semana 8				x	x	x	x	x			
Construcción y equipamiento del centro de comidas	Empresa Constructora	Semana 6	Semana 9						x	x	x	x		
Contratación y capacitación del personal	Encargado de RRHH	Semana 8	Semana 9								x	x		
Campaña de lanzamiento y apertura oficial	Equipo de Mercadeo	Semana 10	Semana 11										x	x

Fuente: Elaboración propia, 2025

7.5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS FASES DE LA PROPUESTA

Con el objetivo de llevar a cabo el proyecto de forma ordenada y estratégica, a continuación, se detallan las fases clave de implementación:

7.5.1. Actividad N.º1- Inscripción de la sociedad ante notario

La creación de una sociedad anónima permite estructurar jurídicamente el emprendimiento, proteger los derechos de cada socio y facilitar el acceso a créditos, contratos y obligaciones fiscales. Esta figura jurídica representa el primer paso formal hacia la consolidación del proyecto.

7.5.2. Actividad N.º2-Trámite de uso de suelo

Este documento es indispensable y lo emite la Municipalidad de Tibás. Define el tipo de construcción permitido, la densidad habitacional, y asegura que el terreno es apto para el desarrollo del proyecto en estudio.

7.5.3. Actividad N.º3- Gestión del financiamiento

El análisis de viabilidad económica reveló la necesidad de una fuente externa de financiamiento. Se plantea recurrir a un préstamo bancario, respaldado por el terreno aportado como capital social. Se evaluará la opción de financiamiento para PYMES bajo la banca de desarrollo, considerando las tasas preferenciales y condiciones más accesibles para emprendimientos emergentes.

7.5.4. Actividad N.º4-Supervisión técnica y cumplimiento legal

La ejecución estará a cargo de un arquitecto bajo un esquema "llave en mano", que incluye permisos del Colegio Federado, aprobación municipal, materiales y obra. Se exigirá el cumplimiento de toda la normativa aplicable, incluyendo:

- Ley 7600, sobre accesibilidad.

- Ley 8228, en relación con la seguridad contra incendios.
- Permisos del Ministerio de Salud y disposiciones laborales del MTSS.

Además, se solicitará a la constructora un cronograma detallado, una minuta de compromisos y evidencia del cumplimiento técnico y legal. La supervisión técnica estará a cargo del ingeniero responsable, quien validará la seguridad estructural y la fidelidad del proyecto respecto a su diseño original.

REFERENCIAS

- Acevedo, A., & Rodríguez, J. (2019). "Viabilidad financiera de un proyecto de inversión a través del método de valoración de opciones reales: caso de un agente de carga internacional". Universidad EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/items/8a111ead-c43e-4fb9-9be5-ae8b0e7a7259>
- Agudelo A. H., Pertuz J. C. & Alarcón D. F. (2023) Estudio Legal. Unidades Tecnológicas De Santander. <https://es.slideshare.net/DanielFernandoAlarco2/estudio-legal-1-2pptx#3>
- Aje. (2022). Alcance y delimitaciones de la investigación. Aje. <https://www.aje.com/es/arc/scope-and-delimitations-in-research/>
- Arias, J. (2021). *Guía para elaborar la operacionalización de variables*. Universidad Católica de Santa María. <file:///C:/Users/rojaswan/Downloads/admin,+02.+Gu%C3%ADa.pdf>
- Asana (2024) Qué es un organigrama y cómo hacerlo con plantillas gratis <https://asana.com/es/resources/organizational-chart>
- Blum. (2023). Costo de capital: ¿Qué es y cómo funciona? <https://www.miblum.com/glosario/costo-de-capital-que-es-y-como-funciona>
- Bolaños, D., Esquivel, R., Rodríguez, C., & Rojas, K. (2020). "Viabilidad financiera para la puesta en marcha de un auto lavado en los períodos del 2020-2026". Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/items/e5da99e8-eff5-433b-8d4a-46d96e58124f>
- Brenes, J. (2024). "Análisis de factibilidad operativa y financiera para la creación de una empresa dedicada al alquiler de viviendas" [Tesis de Bachiller]. Universidad Hispanoamericana.
- Browarski, J. (2020). Metodología de la investigación en arte (Curso de 4° año). IESMBA.
- Caiza, J., & Herrera, S. (2020). "Viabilidad financiera en la construcción de la segunda fase del área de producción de la empresa Prodiméxito S.A. de la ciudad de Quito". Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31841>

- Cando Gabela, M. A. (2022). Establecimiento del punto de equilibrio en la producción de empaque de camarón en la empacadora “Frigoríficos y frutas tropicales Frutrosa S.A.” DSpace ITB. <https://dspace.itb.edu.ec/handle/123456789/4070>
- Castro, M. E. A. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado (No. 019407). Universidad Icesi. <https://ideas.repec.org/p/col/000559/019407.html>
- Cedeño, C. M., Guijarro, C. A., & Jaramillo, N. G. (2021). Análisis financiero: una herramienta clave para la toma de decisiones de gerencia. 593 Digital Publisher CEIT, 6(3), 87-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7896330>
- Cepeda, S., & Gómez, A. P. (2021). Repositorio del Colegio de Estudios Superiores de Administración. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4105/ADM_1020834925_2021_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Cifuentes-Bedoya, D., Lozada-Valencia, F., Segovia-Borray, C. E., & Otalora-Murcia, E. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Creación de Valor Compartido (CVC), ejes determinantes para la gestión de las PYMES. Una revisión bibliométrica. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, (E43), 549-567. <https://search.proquest.com/openview/967a4da45feee15aab7a117b0de8c448/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Colanzi, I. (2022). Formulación de objetivos y propósitos en propuestas de diseño de campo. Ensenada: Facultad de Psicología. Universidad Nacional de La Plata. En Memoria Académica. Disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.6071/pm.6071.pdf>
- Contreras-Pacheco, O. E., Pirazán-Parra, A. M., & Villarreal-Pinzón, M. A. (2020). ¿Son la misión y visión verdaderos promotores de ventaja competitiva e innovación? En INNODOCT 2020. Editorial Universitat Politècnica de València. <http://dx.doi.org/10.4995/INN2020.2020.11828>

- Correa García, J. A., & Correa Mejía, D. A. (2021). Importancia del estado de flujos de efectivo para la gestión financiera sostenible. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/25930>
- Díaz, A. (2019). “Estudio de viabilidad de un proyecto de emprendimiento enfocado hacia la construcción del modelo de tiendas de conveniencia ubicadas en universidades”. Universidad EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/items/7ccad07a-bb94-44ce-85fc-de47ec69b5f6>
- Díaz, C. (2017) Muéstrame la ruta correcta en los canales de distribución... ¿Qué son los Canales de Distribución? <https://www.mercadonegro.pe/marketing/muestrame-la-ruta-correcta-los-canales-distribucion/>
- Ducura Parales, J., Niebles-Núñez, W., & Pacheco Ruiz, C. (2022). Liquidez y endeudamiento en el sector petróleo colombiano: Análisis 2011 – 2020. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVIII(4). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28073811016>
- Espinoza Villanueva, M. L. (2022). Principales factores internos que influyen en el ciclo de vida de los startups en lima metropolitana 2020. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/022bd44e-a580-41d7-9129-d9049e2826a7>
- Espinoza, J., Galo, M., Guzmán, S., & Smith, H. (2021). “Estudio de viabilidad económico financiero para la producción y comercialización de mermelada y jugo a base de Pitahaya roja (HYLOCEREUS COSTARICENSIS) en Liberia, Guanacaste”. Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/items/d14b66f8-a1fd-49ff-aa42-4510e6a324bc>
- Etécé (2022) Relevancia <https://concepto.de/relevancia/#:~:text=La%20relevancia%20social%20es%20un,del%20bienestar%20de%20la%20sociedad.>

- Etecé. (2023). Alcance y limitaciones de un proyecto. Editorial Etecé.
<https://concepto.de/alcance-y-limitaciones-de-un-proyecto/>
- Etecé. (2023). Marco Conceptual. Editorial Etecé. <https://concepto.de/marco-conceptual/>
- Explorable. (2024). Variables conceptuales. Explorable. <https://explorable.com/es/variables-conceptuales>
- Fernández, D. (2022) La Ventaja competitiva de una empresa, su importancia y tipos [+ Ejemplos reales] <https://josedavidfernandez.com/ventaja-competitiva-empresa/>
- Fernández, L., & Gómez, L. (2022). "Estudio de viabilidad financiera para un programa educativo de refuerzo orientado a estudiantes pertenecientes a la caja de compensación Colsubsidio". Universidad EAN.
<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12003/GomezLaura2022.pdf?sequence=1>
- Flores, V. E. M., & Muñoz, C. P. (2020). Un breve acercamiento a la creación de valor compartido desde la universidad: Instituto de Economía Social y Cooperativismo (Indesco), Universidad Cooperativa de Colombia. *Dixi*, 22(1), 3-26.
<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/di/article/view/3821>
- Fortún, M. (2020) Oferta Monetaria
<https://economipedia.com/definiciones/oferta-monetaria.html>
- García, L. (2024). Los antecedentes de investigación. Centro de Lectura y Escritura.
<https://celee.uao.edu.co/antecedentes-de-investigacion/#:~:text=Son%20todos%20aquellos%20trabajos%20de,investigaci%C3%B3n%20que%20se%20est%C3%A1%20haciendo.>
- Gaytán Cortés, Juan. (2021). El Modelo DuPont y la rentabilidad sobre activos (ROA). *Mercados y negocios*, 22(43), 119-132. Epub 01 de agosto de 2022. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7638>

- Gómez, C. (2021). "Poder establecer la viabilidad operativa y financiera para establecer un emprendimiento para la venta de ropa de segunda mano importada en Carrizal de Alajuela dirigida a mujeres entre 18 y 40 años, a abril del 2021" [Tesis de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas]Universidad Hispanoamericana.
- Gómez, M. (2023). Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Gomis, A. 2021. ¿Qué es el Valor Futuro? Concepto Financiero Muy Importante. Autorizado Red. <https://www.autorizadored.es/finanzas/valor-futuro/>
- González Huerta, P. (2015). La viabilidad financiera en el emprendimiento (Trabajo Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas). Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/7396/retrieve>
- Guasco-Aucacama, C. V., & Luna-Altamirano, K. A. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. Dominio de las Ciencias, 8(1), 1071-1089. <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2541>
- Gutiérrez, C., Palacio, S., Giedion, U., & Ollendorf, D. (2023). ¿Cuál es el costo de oportunidad de financiar medicamentos de alto costo? El caso de Colombia. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Cual-es-el-costode-oportunidad-de-financiar-medicamentos-de-alto-costo-el-caso-de-Colombia.pdf>
- Haro López, D., & Monzón Citalán, R. E. (2020). Valor económico agregado como indicador en la gestión de negocios en las empresas. Recuperado de: <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/645>
- Haro Sarango, A. F., Carranza Guerrero, M. N., López Solís, O. P., Mayorga Naranjo, C. E., & Morales Ramos(2023). Razones financieras de liquidez y actividad: herramientas para la

- gestión empresarial y toma de decisiones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*4(1), 2405–2418. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.425>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
- Huamán, E., Anicama, E., González, E., Félix, H., & Chu, W. (2021). *Metodología de la Investigación Científica*. Universidad Autónoma de ICA SAC, Fondo Editorial.
- Indeed. (2022). Como escribir un planteamiento del problema paso a paso. Consultado el 4 de octubre 2024. <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/planteamiento-del-problema#:~:text=Un%20planteamiento%20del%20problema%20es,estado%20actual%20de%20las%20cosas>.
- Jain, N. (2023). ¿Qué es un diseño de investigación? Definición, tipos, métodos y ejemplos. IdeaScale. <https://ideascale.com/es/blogs/que-es-el-diseno-de-la-investigacion/>
- Kiss, T. (2024). Investigación no experimental. Concepto. <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>
- Linzan-Mendoza, N., Palma-Macías, G., (2024). Gestión contable y su relación con la supervivencia empresarial en Latinoamérica: Revisión sistemática de literatura científica, período 2019-2022. *593 Digital Publisher CEIT*, 9 (2) 428- 438
<https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2321>
- López-Rodríguez, C. E., Pérez-Suarez, L. M., Amado-Quiroga, F. J., & Castillo-Areiza, Y. (2020). Indicadores de rentabilidad, endeudamiento y EBITDA en el entorno de la inversión en las plataformas tecnológicas: Un estudio en administradoras de fondos de pensiones. <https://ojs.unipamplona.edu.co/index.php/face/article/view/466/6521>

- Mata, L. (2019). El enfoque de investigación: la naturaleza del estudio. Investigalia.
<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>
- Masters, T. (2022). Cómo debe ser la justificación de un proyecto de investigación. Tesis y Másters.
<https://tesisymasters.mx/como-hacer-la-justificacion-de-una-tesis/#:~:text=La%20justificaci%C3%B3n%20de%20una%20investigaci%C3%B3n%20es%20el%20apartado%20en%20el,llevar%20adelante%20la%20investigaci%C3%B3n%20planteada.>
- Mejía, Y., Picón, L., Telles, F., & Zheng, Y. (2021). “Estudio de viabilidad económica financiera para la producción y comercialización de ganado de engorde, mediante la utilización del sistema suplementación estratégica en pastoreo, para la Hacienda El Guabo, ubicada en Santa Cruz, Guanacaste”. Universidad Nacional de Costa Rica.
<https://repositorio.una.ac.cr/items/b3849f69-8274-4116-a946-dd9b9fd17cc9>
- Meza, J. C. (2017) La teoría del ciclo vital de Franco Modigliani: Enfoque en los salarios de los trabajadores colombianos.
<https://revistas.uamerica.edu.co/index.php/rques/article/view/106/101>
- Morales (2021) Precio natural
<https://economipedia.com/definiciones/precio-natural.html>
- Myownbusiness (2020) Costos: costos fijos, costos variables y volume
<https://www.scu.edu/media/mobi/Costos--costos-fijos-costos-variables-y-volumen.pdf>
- Muguirra, A. (2023). Tipos de entrevistas y sus características. QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-entrevista/#:~:text=La%20entrevista%20de%20investigaci%C3%B3n%20es,representaciones%20de%20la%20persona%20entrevistada.>
- Navarro, Y. (2023). “Viabilidad de crear una asociación solidarista en la empresa Helicorp S.A, ubicada en el Aeropuerto Tobías Bolaños, en el año 2023” [Tesis de Licenciatura en

- Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas]Universidad Hispanoamericana.
- Parra, A. (2024). Cuáles son los tipos de variables en una investigación. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-variables-en-una-investigacion/>
- Parra, A. (2020). Un acercamiento al costo de capital de la empresa: naturaleza y aplicación en las decisiones financieras. <https://core.ac.uk/download/pdf/268087975.pdf>
- Pareja C. (2024) ¿Qué es la oferta? <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Pedrosa, S. J. (2024) Oferta: Qué es y su relación con la demanda <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Pérez, P. 2024. ¿Qué es el valor presente y qué es el valor futuro? Ejemplos. Rankia. Chile. <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3345472-valor-presente-futuro-definicion-formulas-ejemplos>
- Poder Judicial Normas, Resolución 187 artículo 13 https://pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_articulo.aspx?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=77967&nValor3=98076&nValor5=14
- Portuguez, M. (2021). Delimitando el tema de interés: pautas para un abordaje preciso del problema de investigación. En Venteño Jaramillo, G. & C. Cortés Valdivia (Coord.). Gestión informacional para la investigación formativa en Educación Superior. México: Universidad Autónoma de Nayarit. ISBN 978-607-8482-76-4. <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/650674/Gesti%C3%B3n%20de%20la%20informaci%C3%B3n-14%20de%20abril%202021.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=La%20delimitaci%C3%B3n%20del%20problema%20es,preciso%20el%20contenido%20a%20estudiar.>
- Pursell, S.. (2024) Guía para realizar un análisis de datos eficiente <https://blog.hubspot.es/marketing/author/shelley-pursell/page/1>

- Quimiz, G., & Palacios, P. (2021). Importancia de la implementación de manuales de funciones en empresas. <https://dspace.formacion.edu.ec/handle/123456789/664>
- Quiroa M. (2019) Producto (marketing). <https://economipedia.com/definiciones/producto-marketing.html>
- Quiroz, H. O., López, E. J. O., & Yactayo, D. P. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4). <https://revistas.unj.edu.pe/index.php/pakamuros/article/view/119>
- Quispe Fernández, G. M., Arellano Cepeda, O. E., Martínez Orellana, L. S., & Tapia Daza, G. S. (2024). Los costos de oportunidad para emprendedores en la ciudad de Riobamba. *Kairós, revista de ciencias económicas, jurídicas y administrativas*, 7(12), 44-62. <https://doi.org/10.37135/kai.03.12.03>
- Raeburn, A. (2021) Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos) <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Raffino (2021) Oferta <https://concepto.de/oferta/>
- Ramírez, L. (2021). Costo de Capital. Universidad San Marcos. <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/2426/LEC%20ADM%20PROY%200015%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos, C. (2021). DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL. Universidad Tecnológica Indoamérica. <file:///C:/Users/rojaswan/Downloads/Dialnet-Editorial-7890336.pdf>
- Real Academia Española. (n.d.). Conveniencia. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/conveniencia>
- Rico Buitrago, J. D., Galviz Cataño, D. F., Jiménez Guzmán, A., & Aristizábal Muñoz, L. Y. (2022). Sistema de indicadores de eficiencia financiera para las pymes del sector textil de

- Medellín-Colombia. Revista de Ciencias Sociales, 28(Extra 6), 441-460.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28073811016>
- Rodríguez, H. (2020). Análisis de la rentabilidad aplicando el modelo DUPONT en empresas de transporte de carga pesada en la provincia del Carchi. Sathiri: sembrador, 15(2), 9 - 21.
<https://doi.org/10.32645/13906925.976>
- Romero, D., Sánchez, S., Quintero, Y. R., & Silva, M. R. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. Revista de Ciencias Sociales, 26(4), 465-475.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687051>
- Sánchez-Aguilar, N., Viramontes-Romero, M., De Santiago-Badillo, B., & Carretero, M. (2019). Elementos para Calcular el Costo de Oportunidad para Estudiar en la Universidad Politécnica de Querétaro (UPQ). ConCiencia Tecnológica, ISSN-e 1405-5597(Nº 57), 21-27. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94459796004>
- Sánchez, J. (2024) Estudio de mercado: Qué es y por qué es importante para tu negocio
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- 6Sigma. (2024). Diseño factorial completo: guía completa para una experimentación óptima. 6Sigma. <https://www.6sigma.us/six-sigma-in-focus/full-factorial-design/>
- Superintendencia de Telecomunicaciones. (2021). Actualización de la tasa de retorno de capital o costo promedio ponderado de capital (CPPC) de la industria de telecomunicaciones (Resolución N° 096). Recuperado de
http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=91803&nValor3=121281
- Totvs (2021) ¿Cómo hacer más eficiente la logística de distribución?
<https://es.totvs.com/blog/distribucion/como-hacer-mas-eficiente-la-distribucion-logistica/>

- Treviño-Reyes, R., Rivera-Rodríguez, F. S., & Garza-Alonso, J. A. (2020). La analítica de datos como ventaja competitiva en las organizaciones. *Vinculategica Efan*, 6(2), 1063-1074.
<https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/520>
- Universidad Estatal De Milagro. (2020). Alcance de la investigación. Universidad Estatal De Milagro.
https://sga.unemi.edu.ec/media/archivocompendio/2021/08/12/archivocompendio_202181223225.pdf
- Universidad Técnica de Machala. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. Scielo.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000400171#:~:text=Definici%C3%B3n%20operacional%20de%20la%20variable,sentido%20y%20adecuaci%C3%B3n%20al%20contexto.
- Sánchez J. (2024) Estudio de mercado: Qué es y por qué es importante para tu negocio.
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Solano, D. (2021). "Propuesta de un estudio de factibilidad y rentabilidad financiera de un negocio tipo cafetería en la comunidad de Uvita, Osa de Puntarenas, como alternativa gastronómica saludable durante el segundo semestre del 2020". Universidad Latina de Costa Rica.
https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1404/1/TFG_Ulatina_Diana_Solano_Garcia_20150270068.pdf
- Universidad Privada del Norte. (2022). Descubre qué es el marco teórico, estructura, función y ejemplos. <https://blogs.upn.edu.pe/estudios-generales/2022/07/14/marco-teorico/>
- Vaca, L. M. F., Guerrero, M. F. G., Fajardo, C. E. V., Vaca, L. A. F., Santillán, X. L. Z., Granda, L. E. S., & Salazar, J. A. P. (2019). Valor actual neto y tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las inversiones. *Investigación operacional*, 40(4).
<https://revistas.uh.cu/invoperacional/article/download/664/580>

- Valera Contreras, S. W. (2020). Análisis FODA de una empresa dedicada a la producción y exportación de aceitunas liofilizadas en EE. UU. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18324>
- Velásquez, A. (2024). Investigación no experimental: Qué es, características, ventajas y ejemplos. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/>
- Wuitar, C. M. I., Caveda, D. L., Oms, A. B. S., & García, M. R. V. (2019). Estudio técnico y biomédico para detectar talentos en atletismo. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 37(1). <http://www.revibiomedica.sld.cu/index.php/ibi/article/view/118>
- Ziglar (2022) Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>
- Jain, N. (2023). ¿Qué es un diseño de investigación? Definición, tipos, métodos y ejemplos. IdeaScale. <https://ideascale.com/es/blogs/que-es-el-diseno-de-la-investigacion/>
- Ramos, C. (2021). DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL. Universidad Tecnológica Indoamérica. <file:///C:/Users/rojaswan/Downloads/Dialnet-Editorial-7890336.pdf>
- 6Sigma. (2024). Diseño factorial completo: guía completa para una experimentación óptima. 6Sigma. <https://www.6sigma.us/six-sigma-in-focus/full-factorial-design/>
- Velásquez, A. (2024). Investigación no experimental: Qué es, características, ventajas y ejemplos. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/>
- Kiss, T. (2024). Investigación no experimental. Concepto. <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>

Anexos

Anexo 1 Entrevista a proveedores

La presente entrevista tiene como objetivo analizar los costos de inversión inicial y los gastos operativos del emprendimiento D’Kai para determinar la inversión total necesaria para su funcionamiento durante el tercer cuatrimestre de 2024. La entrevista es confidencial y única y exclusivamente para fines académicos.

1. ¿Cuál es el costo unitario de los productos o materias primas que nos podrían proveer?
2. ¿Qué descuentos ofrecen en función de la cantidad de compra y cuáles son las condiciones para acceder a estos descuentos?
3. ¿Cuáles son los costos asociados al envío y entrega de los productos? ¿Ofrecen envíos gratuitos a partir de cierto monto de compra?
4. ¿Ofrecen algún tipo de financiamiento o facilidad de pago para las primeras compras?
5. ¿Cuál es la frecuencia de abastecimiento recomendada para mantener una operación continua sin sobrecargar los costos de almacenamiento?
6. ¿Qué condiciones de garantía y servicio posventa ofrecen en caso de problemas con los productos?
7. ¿Cuáles son los precios y condiciones de sus productos de temporada, y qué variaciones de costos podrían presentarse durante el tercer cuatrimestre de 2024?
8. ¿Ofrecen algún servicio de capacitación o asesoría en el uso de sus productos? En caso afirmativo, ¿cuál es su costo?
9. ¿Cuál es el costo de los insumos complementarios necesarios para el uso de sus productos y su frecuencia de reposición recomendada?
10. ¿Existe algún acuerdo de exclusividad o condiciones especiales para clientes con alto volumen de compras?

Anexo 2 Encuesta a potenciales clientes

La siguiente encuesta tiene como objetivo realizar proyecciones de ingresos basadas en el mercado objetivo y la demanda esperada. Es confidencial y única y exclusivamente para fines académicos. Para cada afirmación, por favor selecciona el nivel de acuerdo que mejor refleje tu opinión. Querido participante, el negocio en estudio se llama D´kai, es una empresa donde se pueden encontrar pastas altas en proteína, sin gluten y veganas. Dichos productos se buscan que mejore la calidad los alimentos para todo tipo de persona:

Datos sociodemográficos

Género

() Hombre

() Mujer

() Otro

Rango de edad:

() 18 a 25 años

() 26 a 35 años

() 36 a 45 años

() 46 a 55 años

() 56 a 65 años

() 66 a 75 años

() 76 a 85 años

1. Estoy interesado en comprar productos o servicios similares en el futuro cercano.

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - En desacuerdo
- 3 - Neutral
- 4 - De acuerdo

- 5 - Totalmente de acuerdo
2. ¿Qué precio estimado para este producto o servicio me parece razonable y accesible?
- 1 – 2 mil a 5 mil colones
 - 2 – 6 mil a 10 mil colones
 - 3 – 11 mil a 15 mil colones
 - 4 – 16 mil a 20 mil colones
 - 5 – 21 mil a 25 mil colones
3. Considero que el producto o servicio cumpliría con mis necesidades o expectativas.
- 1 - Totalmente en desacuerdo
 - 2 - En desacuerdo
 - 3 - Neutral
 - 4 - De acuerdo
 - 5 - Totalmente de acuerdo
4. Este tipo de producto o servicio cubriría una necesidad que tengo actualmente.
- 1 - Totalmente en desacuerdo
 - 2 - En desacuerdo
 - 3 - Neutral
 - 4 - De acuerdo
 - 5 - Totalmente de acuerdo
5. Recomendaría este producto o servicio a mis amigos y familiares.
- 1 - Totalmente en desacuerdo
 - 2 - En desacuerdo
 - 3 - Neutral

- 4 - De acuerdo
 - 5 - Totalmente de acuerdo
6. Compraría este producto o servicio si estuviera disponible en mi área.
- 1 - Totalmente en desacuerdo
 - 2 - En desacuerdo
 - 3 - Neutral
 - 4 - De acuerdo
 - 5 - Totalmente de acuerdo
7. La calidad y los beneficios de este producto o servicio son importantes para mí al decidir una compra.
- 1 - Totalmente en desacuerdo
 - 2 - En desacuerdo
 - 3 - Neutral
 - 4 - De acuerdo
 - 5 - Totalmente de acuerdo
8. Considero que el producto o servicio tiene una buena relación calidad-precio.
- 1 - Totalmente en desacuerdo
 - 2 - En desacuerdo
 - 3 - Neutral
 - 4 - De acuerdo
 - 5 - Totalmente de acuerdo
9. Mi intención de compra aumenta si el producto o servicio ofrece promociones o descuentos.

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - En desacuerdo
- 3 - Neutral
- 4 - De acuerdo
- 5 - Totalmente de acuerdo

10. Es probable que compre este producto o servicio regularmente si cumple con mis expectativas.

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - En desacuerdo
- 3 - Neutral
- 4 - De acuerdo
- 5 - Totalmente de acuerdo

Anexo 3 Entrevista a expertos económicos

La siguiente entrevista tiene como objetivo examinar los factores económicos claves, como la competencia, el entorno regulatorio y las tendencias de mercado, indicando recomendaciones estratégicas que mitiguen los riesgos asociados. La entrevista es confidencial y única y exclusivamente para fines académicos.

1. ¿Cuáles considera que son los principales factores económicos que afectan a las empresas en este sector actualmente?
2. ¿Qué papel juega la competencia en el mercado actual y cómo impacta en las decisiones estratégicas de las empresas?

3. ¿De qué manera cree que el entorno regulatorio actual influye en el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios en este sector?
4. ¿Cuáles son las principales tendencias de mercado que podrían afectar a esta industria en los próximos años?
5. ¿Qué estrategias recomendaría para que las empresas puedan adaptarse a cambios regulatorios sin comprometer su rentabilidad?
6. ¿Qué tipo de análisis o herramientas recomendaría para evaluar la competencia y anticipar sus movimientos en el mercado?
7. ¿Cuáles cree que son los riesgos económicos más significativos para las empresas de este sector y cómo sugiere que se mitiguen?
8. ¿Qué tan importante es para las empresas mantenerse actualizadas en cuanto a las tendencias de consumo y cambios de comportamiento en el mercado?
9. ¿Qué recomendaciones estratégicas daría para que una empresa pueda gestionar mejor los riesgos asociados con la inflación y otros factores económicos externos?
10. ¿En qué medida considera que la innovación en productos o servicios es fundamental para superar los desafíos económicos actuales y futuros? ¿Qué enfoque sugeriría para fomentar la innovación en un entorno competitivo?

CARTA DE LECTOR

19 de mayo de 2025

Señores
Servicios Estudiantiles
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

La estudiante **ANDRÉS FRANCISCO RIVERA VARELA**, cédula de identidad **0115290149** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "**LOS FACTORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS QUE DETERMINAN LA VIABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO D'KAI EN TIBÁS, COSTA RICA, DURANTE EL TERCER CUATRIMESTRE DE 2024**", el cual ha elaborado para obtener su grado de **Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis Banca y Finanzas**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

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

Atentamente,

LUIS ALBERTO VARGAS ZUÑIGA (FIRMA) Firmado digitalmente por LUIS
ALBERTO VARGAS ZUÑIGA (FIRMA)
Fecha: 2025.05.19 19:48:07 -06'00'

Lic. Luis Vargas Zúñiga.

Cédula de identidad 0107090057

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

DECLARACIÓN JURADA

Yo Andrés Rivera Vasela, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1529-0149 egresado de la carrera de Administración de empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado:

Los Factores Económicos y Financieros que determinan la viabilidad del emprendimiento D'Kai en Tibás, Costa Rica, durante el tercer cuatrimestre de 2024.

, 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 5 días del mes de mayo del año dos mil 25.

Andrés Rivera V

Firma del estudiante

Cédula: 1-1529-0149

CARTA DEL TUTOR

San José, 02 de mayo de 2025.

Señores
Carrera de Administración de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

El estudiante ANDRÉS FRANCISCO RIVERA VARELA, cédula de identidad número 1-1529-0149, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **LOS FACTORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS QUE DETERMINAN LA VIABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO D'KAI EN TIBÁS, COSTA RICA, DURANTE EL TERCER CUATRIMESTRE DE 2024**. el cual ha elaborado para optar por el grado académico de tesis.

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%	10
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20
	TOTAL		90

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

Atentamente,

ALEXANDER
 CORDERO

CESPEDES (FIRMA)

MBA. Alexander Cordero C., Lic.
Cédula identidad N. 1 732 096
Carné Colegio Profesional N. 5813

Firmado digitalmente por
 ALEXANDER CORDERO
 CESPEDES (FIRMA)
 Fecha: 2025.05.02 18:52:50
 09100

ANEXOS

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION

San José, 20 mayo del 2025

Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Andrés Rivera Varela con número de identificación con 115290149 autor (a) del trabajo de graduación titulado los factores económicos y financieros que determinan la viabilidad del emprendimiento DSA presentado y aprobado en el año 2025 como requisito para optar al título de Licenciatura; (/ NO) autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

Andrés Rivera V 115290149
Firma y Documento de Identidad