

UNIVERSIDAD HISPANOAMÉRICA

**ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN
BANCA Y FINANZAS**

*Tesina para optar el grado académico de
bachillerato con énfasis en banca y finanzas*

**FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
KETO PARA EL PERIODO DEL PRIMER
CUATRIMESTRE DE 2020 EN SAN JOSÉ,
COSTA RICA.**

Madelline Sánchez Siles

Junio,2020

CARTA DEL TUTOR

San José, 15 de junio de 2020.

Señores
Carrera de Administración de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

La estudiante Madelline Sanchez Siles, cédula de identidad número 113630529, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "**FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE KETO PARA EL PERIODO DEL PRIMER CUATRIMESTRE DE 2020 EN SAN JOSÉ, COSTA RICA**", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de bachillerato.

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)

Firmado digitalmente por
 ALEXANDER CORDERO CESPEDES
 (FIRMA)
 Fecha: 2020.06.15 10:52:23 -06'00'

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

CARTA DE LECTOR

San José, 30 de junio del 2020

**Señores
Servicios Estudiantiles
Universidad Hispanoamericana**

Estimado señor

El estudiante **Madelline Sánchez Siles**, cédula de identidad **0113630529** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE KETO PARA EL PERIODO DEL PRIMER CUATRIMESTRE DE 2020 EN SAN JOSÉ, COSTA RICA"**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Bachillerato en Administración de Negocios con Énfasis en Finanzas y Banca**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte 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: 2020.06.30 20:31:25
-06'00

Lic. Luis Vargas Zúñiga.

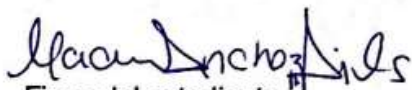
Cédula de identidad 0107090057

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

DECLARACIÓN JURADA

Yo Madelline Sanchez Siles, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 113630529 egresado de la carrera de Administracion con énfasis en banca y finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercebido 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 bachillerato con énfasis en banca y finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Factibilidad financiera para la creación de un restaurante keto para el periodo del primer cuatrimestre de 2020 en San José, Costa Rica., 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 22 días del mes de Junio del año dos mil veinte.



Firma del estudiante

Cédula: 113630529.

**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, 6-Julio-2020

Señores:

Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Madelline Sánchez S. con número de identificación 1131230529 autor (a) del trabajo de graduación titulado Factibilidad financiera para la presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar por el título de Bachillerato en Administración (/ 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.

la creación de un Rest. Veto en el periodo del primer trimestre del 2020.

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,



Firma y Documento de Identidad

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
AGRADECIMIENTOS	11
RESUMEN.....	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	18
1.1.3 Justificación	19
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	22
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	23
1.3.1 Objetivo general.....	23
1.3.2 Objetivos específicos.....	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	25
2.1 CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	26
2.1.1 Contexto normativo del proyecto a ejecutar.....	30
2.2.1 Estudio de factibilidad	36
2.2.2. Estudio de mercado.....	37
2.2.3. Definición de Mercado.....	39
2.2.4. La oferta.....	39
2.2.5. La demanda	40
2.2.6 Estrategia de mercadeo.....	40
2.2.7. Selección del mercado meta	42
2.2.8 Segmentación del mercado.....	42
2.2.9. Aplicación del estudio del mercado.....	43
2.2.10 Mercado competidor	44

2.2.11 Identificación de oportunidades del entorno y ventajas competitivas.....	45
2.2.12 Estrategias de Mercado.....	46
2.2.13 Situación del mercado.....	47
2.2.14 El Estudio Técnico.....	48
2.2.15 Estudio administrativo.....	49
2.2.16 El Estudio Financiero.....	50
2.2.17 Hipótesis.....	51
2.2.18 Modelo de negocio.....	51
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	53
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO.....	57
3.4.1 Población.....	57
3.4.2 Tipo de muestra.....	57
3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión.....	59
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	60
3.6 VARIABLES.....	60
3.7 ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	60
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	62
4.1 PRESENTACION DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	63
4.2 DESARROLO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	73
4.3 LOS REQUISITOS LEGALES, NORMATIVOS Y TRIBUTARIOS.....	75
4.3.1 Establecimiento de la figura legal.....	76
4.3.2 Tramite de uso de suelo.....	79
4.3.3 Inscripción como contribuyente.....	80
4.3.4 Inscripción en Seguro Social.....	81
4.3.5 Permiso sanitario de funcionamiento.....	82
4.3.6 Pólizas obligatorias.....	83
4.3.7 Patente Municipal.....	84
4.3.8 Registro de marca o nombre comercial.....	85
4.3.9 Apertura de cuentas bancarias.....	86
4.3.10 Solicitud de datafono.....	86

4.3.11 Registro PYME (Registro Emprendedor)	87
4.3.12 Impuestos.....	88
4.3.13 Comprobantes electrónicos.....	88
4.4 ESTUDIO FINANCIERO	89
4.4.1 Resumen de las Proyecciones Financieras	91
4.4.14 El Primer escenario es el estresado: Bajan las ventas en un 50%.....	105
4.4.15 Segundo escenario optimista: Aumento en las ventas de en un 50%.....	106
4.4.16 Comparación de los tres escenarios presentados del proyecto.....	108
4.4.17 Cálculo del Impuesto al Valor Agregado	109
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	111
5.1 UBICACIÓN DEL RESTAURANTE.....	112
5.2 MERCADO META	113
5.3 COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTE POTENCIALES.....	113
5.4 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA SERVICIOS DE RESTAURANTES EN GUADALUPE.	113
5.5 ACEPTACION DEL NEGOCIO DE COMIDA KETO.....	114
5.6 INTREPRETACION DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	114
5.7 INTERPRETACION DE LOS REQUISITOS LEGALES, NORMATIVOS Y TRIBUTARIOS.	115
5.8 INTERPRETACION DEL ESTUDIO FINANCIERO	116
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	118
6.1 CONCLUSIONES.....	119
6.2 RECOMENDACIONES.....	122
ANEXOS.....	125
BIBLIOGRAFIA	127

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	59
Tabla 2	63
Tabla 3	64
Tabla 4	65
Tabla 5	67
Tabla 6	68
Tabla 7	69
Tabla 8	70
Tabla 9	70
Tabla 10	71
Tabla 11	72
Tabla 12.....	74
Tabla 13.....	92
Tabla 14.....	93
Tabla 15.....	93
Tabla 16.....	94
Tabla 17.....	95

Tabla 18.....	96
Tabla 19.....	97
Tabla 20.....	98
Tabla 21.....	100
Tabla 22.....	101
Tabla 23.....	103
Tabla 24.....	105
Tabla 25.....	106
Tabla 26.....	106
Tabla 27.....	107
Tabla 28.....	107
Tabla 29.....	108
Tabla 30.....	108
Tabla 31.....	110

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi mamá por el apoyo incondicional que me brinda día con día, por acompañarme en el camino hacia el logro de mi título de bachillerato universitario, y por motivarme en cada paso que representa éste.

A mi tutor académico, por la guía y aportes valiosos durante todo el proceso que representa esta investigación.

A la Universidad Hispanoamérica por haberme brindado el conocimiento para la gestión de esta investigación, y por haberme enseñado los fundamentos para desarrollarme como profesional exitosa.

Y a Dios, por permitirme compartir con excelentes académicos y profesionales, por motivarme cada día para terminar mi tesina, y por generarme la oportunidad de crecer como profesional de una universidad tan prestigiosa.

RESUMEN

Esta investigación se centra en determinar la factibilidad de un restaurante Keto en Guadalupe de San Jose, se pretende ofrecer variedad y una experiencia única en la escena gastronómica de esta región.

Para el desarrollo de la investigación, se realizará un estudio de mercado para obtener información necesaria para la segmentación del mercado y para definir el mercado meta, además de determinar la aceptación del negocio por parte de la población. Se realizará un estudio financiero que permitirá estudiar los ingresos, costos, gastos y flujos de efectivo que tendrá el proyecto a desarrollar, cálculo del valor actual neto y tasa interna de retorno, indicadores utilizados y que determinan la viabilidad financiera.

La obtención de los datos se realiza por medio de herramientas estadísticas como la encuesta, la entrevista, además de la consulta en sitios web y en persona. Se utiliza en la presente investigación una combinación del método cuantitativo y cualitativo.

PALABRAS CLAVES.

- Factibilidad
- Viabilidad financiera
- Demanda
- Oferta diferenciada
- Flujos de efectivo

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales.

El comercio es una actividad practicada en el país y en todo el mundo desde siglos atrás. Ha sido una herramienta que evoluciona con el paso del tiempo, llegando a contar con características particulares, como lo es el consumismo, el cual es parte de la dinámica actual.

El termino restaurante tiene sus orígenes en la Francia de mediados del siglo diecisiete, cuando se designó bajo este término a un establecimiento en el que servían bebidas y comidas, algo distinto a las posadas, tabernas y casas de comidas de la época. Según la historia un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la que podría considerar la primera casa de comidas, puso un eslogan en la entrada que decía lo siguiente: “Venid a mi todos los de estómago cansado y yo os restaurare”, frase que fue inspirada en el evangelio de Marcos 11:28

A partir de esta breve reseña histórica inicia en el mundo una revolución comercial del servicio de alimentación como tal, surgen varios tipos de restaurantes que se caracterizan por el tipo de servicio que ofrecen, a su vez se crea una clasificación de estos: restaurantes Gourmet, de especialidad, étnico o temático, buffet, familiar y de comida rápida. Para efectos de la presente investigación nos vamos a ubicar en la

categoría de restaurantes de especialidad, por tratarse de un emprendimiento de comida tipo keto.

Desde finales de la época neolítica el comercio es una actividad practicada en el país y todo el mundo; la misma evolucionando con el paso del tiempo, llegando a ubicarse en una la época consumista que se presenta actualmente, donde se ha logrado observar todo tipo de productos y servicios que satisfacen las necesidades de las personas. Para ello es necesario el contar con personas emprendedoras que deseen dedicarse a comerciar.

Según Briasco (2014) en su libro *“El desafío de emprender en el siglo XXI”*: herramientas para desarrollar la competencia emprendedora, menciona que:

Entonces, consideramos que ser emprendedor supone ser capaz de detectar oportunidades con creatividad y resolución, rompiendo con ideas previas, para crear nuevas formas de hacer las mismas cosas. Ser emprendedor es ser una persona que percibe novedades, detalles, signos, símbolos, coyunturas, momentos, ajustes y compromisos, aunque pasen desapercibidos para otros (p.14)

El Reglamento General de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Ley N°8262), en su artículo 3 define:

Emprendedor: persona o grupo de personas que tienen la motivación o capacidad de detectar oportunidades de negocio, organizar recursos para su aprovechamiento y

ejecutar acciones de forma tal que obtiene un beneficio económico y social por ello. Se entiende como una frase previa a la creación de una MIPYME

Gracias a el factor consumista, así como al efecto de la globalización en la sociedad, es que el comercio tanto nacional como internacional ha involucrado la oferta y demanda de ciertos productos y servicios, los cuales procuran satisfacer las necesidades de las personas, pero también generar otros gustos e intereses.

Bajo estas circunstancias es que ciertas personas han procurado establecer negocios y ser emprendedores para ser parte del escenario del comercio.

Según (García, 2016), el emprendedurismo es una de las claves para desarrollarse correctamente en el comercio:

"Tener iniciativa, innovación, creatividad, saber tomar decisiones y tener una respuesta positiva ante la vida. Eso hay que enseñarlo desde niños. Es cambiar la mentalidad. Si hoy no se quiere tener una empresa, tal vez después sí. Conforme se avanza, se da formación a los que están interesados y decididos a crear empresas".

Costa Rica no es la excepción ante la nueva dinámica del comercio internacional y de la integración del emprendedurismo, ya que se han desarrollado cambios en la conducta del consumo de los ticos, situación que hoy exige mayores compromisos por parte del mercado de los diferentes sectores, como ocurre con el alimenticio

Entre los principales cambios, se observa que las personas han decidido cambiar la manera en que se alimentan. Se ha vuelto una tendencia el comer de manera

saludable, en donde los comerciantes han encontrado nuevos nichos de mercado para ofrecer innovaciones gastronómicas.

Debido al crecimiento del comercio alimenticio en el país y a sus alteraciones, es que se necesita de una variedad más amplia de servicios para satisfacer a los demandantes. Es en este modelo de comercio en donde la persona emprendedora visualiza oportunidades de crecimiento, o la creación de un tipo de servicio que cumpla con lo demandado, llevando esto a conocer a los costarricenses que deciden ser sus propios jefes y logran establecer pequeñas empresas, generando una evolución en el país a nivel comercial. Asimismo, el consumidor se vuelve más exigente con la oferta, por lo que es cada vez mayor el reto de satisfacer a dicho público.

El mercado ha ampliado su oferta, los productos han innovado su imagen para ajustarse a la demanda, se han realizado cambios en el sabor, contenido nutricional, empaque y materiales de fabricación de estos, inclusive el tema de conservación ambiental se ha vuelto crucial para la fabricación y venta de productos y servicios alimenticios.

Se debe puntuar que, como consecuencia de la influencia internacional y multicultural, se cuenta con gran variedad de gustos en el mercado alimenticio. Por lo que se vuelve un mercado muy amplio, donde es necesario enfocar el tipo de mercado al que se desea complacer.

Es así como nace el estilo de vida tipo keto, la cual se fabrica con productos que no contengan carbohidratos, lácteos, frutas ni azúcares (Medicina información, 2020). Su precio es elevado en comparación con planes alimenticios basados en legumbres, ya

que al ser su principal fuente la proteína animal, es más elevada su calidad y por ende la inversión del consumidor.

A pesar de contar con un costo más elevado y de la disciplina que requiere, se ha hecho de gran interés para los consumidores por los beneficios que se han registrado tanto en el área de pérdida y control de peso, como en el tratamiento para epilepsia y otras condiciones de salud (Covarrubias Gutiérrez; Aburto Galván; Sámano Orozco, 2013). Sin embargo, no todos los restaurantes cuentan amplias opciones para este consumidor en específico.

Es de esta manera como se pretende abordar la propuesta sobre la creación de un restaurante de estilo keto en la zona de Guadalupe en la provincia de San José, Costa Rica. Este llevará el nombre de “Keto Lovers”.

Para su logro, se lleva a cabo el desarrollo de la presente investigación, en donde se medirá su factibilidad, rentabilidad, tanto como sus los estudios legales y financieros, y su posicionamiento e impacto en el mundo del comercio. Con los resultados se establecerá qué tan rentable y factible es el establecimiento del restaurante planteado.

1.1.2 Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación pretende la creación de un restaurante de alimentación tipo keto, en el cual las personas orientadas hacia este estilo de vida podrán encontrar una amplia variedad de opciones en el menú, sin delimitar su plan alimenticio y continuar con sus objetivos en salud.

Es por ello por lo que la investigación plantea el interés que existe en los consumidores sobre este estilo de vida que, en los últimos años ha sido conocido por la obtención de los resultados óptimos que genera en el tema de pérdida de peso y en ciertas condiciones de salud.

Bajo este escenario, se desarrollará la propuesta sobre la creación de un restaurante con menú keto en la zona de Guadalupe en la provincia de San José de Costa Rica. En donde se abarcará la justificación del lugar, del tipo de alimentación por ofrecer, y los beneficios de su apertura para el comercio y para el emprendedor; por lo que se tomarán en cuenta aspectos sociales, legales y financieros con el fin de lograr resultados reales.

1.1.3 Justificación

Con esta investigación se desarrollará la factibilidad financiera de la creación de un restaurante keto en Guadalupe de San José, ayudando a definir si es una opción viable para que un microempresario pueda invertir en tal iniciativa; así como poder conocer las proyecciones de crecimiento a futuro.

Actualmente, el comercio en el país ha aumentado a gran escala, al igual que el deseo de los costarricenses por tener su negocio propio. Un informe realizado por Oscar Quesada Mora (2015) del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica, revela que un 11,1% del parque empresarial corresponde a PYMES (pequeños y medianos productores), un 6,8% a empresas con menos de 100 empleados y el 6,6% restante a empresas grandes.

Es por ello, que la opción de crear un negocio propio es fiable mientras se realice este tipo de investigaciones con sus respectivos estudios de mercado, herramientas que son un apoyo para que los microempresarios posean el control sobre su proyecto: dónde se puede visualizar el tipo de negocio, la rentabilidad que se pretenderá tener, y si el mismo es sostenible en un periodo de tiempo definido.

De igual manera aporta información completa sobre la inversión económica necesaria para iniciar el proyecto sin presentar inconvenientes durante el proceso.

Una herramienta muy importante es el estudio de factibilidad financiero. A través de éste se logra definir el tipo de inversión a realizar para que sea más segura la transacción. Además, se procura que la rentabilidad persiga al objetivo, tanto a corto como a largo plazo, y aumentar la relación entre el beneficio obtenido por la empresa y el capital invertido en ésta (Ortiz, 24 abril 2015).

El emprendedor desea con el paso del tiempo aumentar su capital, y es por ello por lo que realizar un estudio financiero donde se puedan medir los datos con la mayor exactitud posible, es una recomendación que le permitirá tomar decisiones seguras y confiadas.

Un estudio de factibilidad financiera es utilizado no solo en proyectos de grandes inversiones, tales como empresas, negocios de logística internacional, u hospitales nacionales. Sino que también en proyectos a menor escala como escuelas privadas locales, hoteles y restaurantes.

Siendo este último el enfoque de la presente investigación, son negocios con amplio trayecto en el mercado. Es así como hacen uso de herramientas como la de factibilidad

financiera. Inclusive, gracias a ésta es que toman visiones diferentes: ambientes, tipos de comida, sitios dónde ubicarlos, otros; que llevan a los restaurantes destinados para segmentos de mercados distintos, satisfaciendo necesidades de poblaciones específicas.

Por ello, la presente investigación se centra en el estudio de factibilidad financiera sobre la implementación de un restaurante que ofrezca alimentación keto en el sector de Guadalupe en San José de Costa Rica.

Con la creación de un restaurante keto se pretende que el segmento del mercado meta pueda degustar de un producto saludable e innovador de rico sabor. Que cumpla estándares de alta calidad, y genere un cambio en la oferta de comida tipo keto.

Según Natalia Días Zeledón, (2015) “La confección artesanal requiere dos cosas importantes. La primera, personalidad de autor: la inspiración creativa para imprimir un sabor original y auténtico a un producto que ya se vende de forma masiva; la segunda, determinación para no ceder y continuar diferenciándose del resto”

La investigación aportará datos que se analizarán de manera financiera para determinar la viabilidad del proyecto, respondiendo a la interrogante sobre el efecto lucrativo del restaurante, la cual se espera sea de manera positiva. Así mismo se obtendrán datos sobre la demanda que puede llegar a tener un producto de esta clase, y el costo que puede implicar para la persona que desee realizar el proyecto. Bajo este escenario, se demostrará la importancia de utilizar estudios de factibilidad en proyectos donde se requiera de inversiones.

Basado en la información recopilada, se espera lograr un resultado que permita visualizar el tipo de comportamiento que puede llegar a presentar, así como los riesgos que pueden surgir de la creación del negocio.

Es importante tomar en cuenta que se desea lograr un impacto a nivel productivo al presentar nuevas formas de comercializar un producto que se encuentra de moda; en donde puede ser o no aceptado por el mercado meta. Así mismo brindar asistencia a la persona que decide realizar el proyecto, facilitándole datos donde pueda confirmar que el negocio será exitoso, tanto en el producto a ofrecer como en la zona en la que se pretende ubicarlo.

Tanto costos como tiempo de recuperación del dinero invertido en el negocio son factores que se miden en este estudio, así mismo la viabilidad financiera del proyecto y la inversión necesaria que se debe realizar para crear el restaurante. Con la información obtenida se puede llevar a cabo una proyección a futuro, donde se visualizarán los posibles escenarios que presentará el restaurante; y basado en los mismos, crear posibles soluciones ante un escenario inesperado. Logrando así mantener una estabilidad en el negocio.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Es factible la creación de un restaurante keto, según la evaluación financiera y de demanda que presenta el mercado meta de la zona de Guadalupe de San José de Costa Rica, para el primer cuatrimestre del 2020?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1 Objetivo general

Según el autor objetivo general se define como: “El propósito fundamental que guía el desarrollo de la investigación. Su redacción de inicia con un verbo en infinitivo y su construcción seguirá el formato: lo que se quiere hacer, para qué y porqué “. (Muñoz, 2015: 170)

El objetivo general es estudiar la factibilidad, viabilidad financiera y de demanda para la creación de un restaurante keto en el cantón de Guadalupe de San José de Costa Rica. Así como elaborar una estrategia financiera y mercadológica para la implementación del comercio propuesto en la zona deseada.

1.3.2 Objetivos específicos

El autor plantea que “los objetivos específicos son aquellos propósitos particulares que, en su conjunto, contribuyen al logro del objetivo general”. (Muñoz, 2015, p. 170)

Es decir, son pequeños planes de acción que permiten al investigador desarrollar la investigación de forma ordenada y coherente, buscando en todo momento alcanzar el objetivo general, deben orientar el desarrollo de la investigación, así como también facilitar la estructura de la metodología. Con los objetivos específicos se espera obtener respuesta a: ¿Cuál será el conocimiento generado si el trabajo se realiza?
¿Qué se espera desarrollar?

Los objetivos específicos de esta investigación son los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda que tendrá el servicio que se ofrecerá.
- Desarrollar el modelo de negocio que defina el funcionamiento que este tendrá.
- Investigar los aspectos legales, normativos y tributarios que conllevan a la formalización del negocio.
- Desarrollar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad financiera del proyecto.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL

La globalización es un fenómeno presente durante el siglo XXI, el cual ha generado que la actividad diaria se vea influenciada por las cadenas de comportamiento internacionales. Inclusive, es definida como “la internacionalización de la producción y el consumo, así como de valores y costumbres – a través del movimiento de capital, trabajo, tecnología e información” (Viera, 2002).

Por lo tanto, uno de los aspectos que mayor han visto afectada su dinámica bajo el marco de la globalización, es el comercio. Éste es el intercambio de bienes y servicios que se genera entre las partes, es decir, los consumidores y vendedores; transacción en la que el dinero o similar es considerado el método de pago (Sevilla, s.f).

El comercio es una actividad que está presente en el día a día en Costa Rica y el mundo. De hecho, se dice que el país es altamente partícipe del comercio internacional, aquel que se define como las actividades comerciales entre fronteras por medio de las importaciones y exportaciones de productos y servicios, y con la utilización de las diferentes divisas y formas de pago que el mismo mercado posee (López, s.f). Es una serie de acciones que involucra desde consumidores con intereses diferentes, hasta vendedores que proponen productos y servicios innovadores.

Una de las ofertas que nunca dejan de ser partícipe del comercio, inclusive del comercio internacional a través de las cadenas, son los restaurantes.

Un restaurante es un sitio público en el que se encuentran comidas, platillos y menús con precios establecidos. Es donde las personas se reúnen para ingerir alimentos de

diferente origen (Larousse cocina.mx. (s.f). Además, es un actor del comercio que día a día procura la innovación en su oferta con el fin de mantenerse en el mercado y conquistar mayor cantidad de comensales, y competir con las compras en líneas y la competencia que ésta dinámica le genera.

De acuerdo con María Luisa Madrigal (25 septiembre 2019), los cambios de hábitos alimenticios en los consumidores han promovido la creación de negocios con estándares que indican que ofrecen productos para regímenes alimenticios con regulaciones, como libre de gluten o keto.

Este último tipo de alimentación consiste en la ausencia de carbohidratos, frutas y azúcares mientras se aumenta el consumo de grasas y proteínas. Su objetivo no es únicamente la pérdida de peso en un tiempo corto, sino que también permite progresos en la salud de la persona que la adopta como un estilo de vida. Por ejemplo: disminución de la presión arterial y de la resistencia a la insulina, efectos anticancerígenos, y mejoras en el sistema nervioso central; inclusive, se utiliza en el tratamiento de pacientes con epilepsia (Pérez-Guisado, 2008).

Bajo el marco del presente trabajo, se pretende la creación de un restaurante que ofrezca este tipo de alimentación cetogénica. Sin embargo, para su éxito, se debe cumplir con una serie de estudios y herramientas que establezcan qué tan factible sería la prevalencia del negocio en el mercado josefino, es decir, de colocar un restaurante con dicha oferta en el sector de Guadalupe de San José, Costa Rica.

Uno de ellos es el estudio de factibilidad financiera. Se entiende por el estudio de factibilidad financiera al análisis numérico que se desarrolla como parte de un

emprendimiento. Su fin es determinar una serie de decisiones en el futuro del negocio, sin asegurar el éxito que vaya a tener en el futuro. Es decir, “identifica y mide cuáles son las posibilidades reales que tiene un proyecto de estar a flote y de generar, desde la perspectiva financiera, riqueza” (Ortiz, 24 abril 2015).

Según Ortiz (24 abril 2015) el estudio de factibilidad financiera incluye:

- Sostenibilidad: El cual determina qué tanto se mantendrá el proyecto o el negocio en el tiempo.
- Rentabilidad: Indica cuánta capacidad se tiene para satisfacer las expectativas que se establecieron en el plan de negocios y por los dueños.
- Tiempo: En este rubro se analiza si se cumplirá con las expectativas e intereses de los involucrados en un tiempo apropiado.

Otro aspecto importante para considerar es la estrategia de mercado. Ésta se entiende como una herramienta que permite determinar y lograr los objetivos que se han establecido con la inversión realizada. Según Thompson (mayo 2006) existen varios tipos de estrategias, las cuales van de acuerdo con lo que se procure.

Entre ellas se encuentran:

- Estrategias de crecimiento intensivo: Utilizadas para una penetración intensa en el mercado. Incluyen estrategias como: de penetración, de desarrollo de mercado, de desarrollo del producto.
- Estrategia de crecimiento integrativo: Se aprovecha la influencia que ejerce la empresa y así ejercer un control en los proveedores distribuidores y

competidores. Está compuesta por intereses de: integración hacia atrás, integración hacia adelante, e integración horizontal.

- Estrategia de crecimiento diversificado: Es utilizada especialmente en las circunstancias donde la oportunidad de crecimiento en el mercado meta que se estableció, son pocas. Está formada por estrategias de diversificación horizontal, en conglomerado y concéntrica.
- Estrategias de liderazgo de mercado: Son diseñadas y aprovechadas cuando se lidera en el mercado meta. Hay dos tipos: Estrategia cooperativa y estrategia competitiva.
- Estrategia de reto de mercado: Este tipo de estrategias son las que se aplican contra la compañía líder del mercado. Existen tres sub-estrategias: ataque frontal, ataques en los costados, y estrategia de derivación.
- Estrategias de seguimiento de mercado: Cuando una compañía no quiere atacar a la competencia y simplemente mantenerse en el mercado, utiliza este tipo de estrategia.
- Estrategias de nicho de mercado: Son las estrategias manejadas por compañías que brindan servicios o productos específicos en mercados determinados.

El diseño, planeación e implementación de un proyecto como lo es un restaurante que ofrezca un tipo de menú especializado en la dieta cetogénica, requiere de tiempo, pero también de una alta inversión. Es por ello por lo que en el presente trabajo se utilizarán las herramientas descritas, así como el contexto establecido bajo el cual se plantea el emprendimiento costarricense.

2.1.1 Contexto normativo del proyecto a ejecutar.

Como parte de los requerimientos para el desarrollo del presente trabajo de investigación se debe considerar La Ley General de salud, la cual es de acatamiento obligatoria para el funcionamiento de cualquier establecimiento comercial en el territorio costarricense y más aun tratándose de comercialización de comidas preparadas.

Se considerarán única y oportunamente los artículos que tienen relación directa con la actividad y naturaleza del negocio que se propone. De esta manera es necesario mencionar algunos de los artículos correspondientes a las disposiciones generales de la ley mencionada.

Ley General de Salud de la República de Costa Rica

Ley No. 5395 del 24-02-1974

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. La salud de la población es un bien de interés público tutelado por el Estado.

ARTÍCULO 2. Es función esencial del Estado velar por la salud de la población. Corresponde al Poder Ejecutivo por medio del Ministerio de Salubridad Pública, al cual se referirá abreviadamente la presente ley como "Ministerio", la definición de la política

nacional de salud, la normación, planificación y coordinación de todas las actividades públicas y privadas relativas a salud, así como la ejecución de aquellas actividades que le competen conforme a la ley. Tendrá potestades para dictar reglamentos autónomos en estas materias.

ARTÍCULO 5. Toda persona física o jurídica, está obligada a proporcionar de manera cierta y oportuna los datos que el funcionario de salud competente le solicite para los efectos de la elaboración, análisis y difusión de las estadísticas vitales y de salud y demás estudios especiales de administración, para la evaluación de los recursos en salud y otros estudios especiales que sea necesario hacer para el oportuno conocimiento de los problemas de salud y para la formulación de las medidas de soluciones adecuadas.

La siguiente sección merece una comprensión detallada, ya que se enfoca en el área de alimentos preparados, debido a la naturaleza de la investigación se mencionan únicamente los artículos más relevantes para el establecimiento del negocio.

SECCIÓN III DE LOS ALIMENTOS, DE LOS DEBERES DE LAS PERSONAS QUE OPERAN EN MATERIA DE ALIMENTOS Y DE LAS RESTRICCIONES A QUEDAN SUJETAS TALES ACTIVIDADES.

ARTÍCULO 199. Para los efectos legales y reglamentarios se estimará que un alimento es legalmente susceptible de ser destinado y entregado al consumo de la población cuando corresponda a la designación, a la definición y a las características generales, organolépticas, físicas, químicas, microbiológicas y microscópicas que le den y asignen, respectivamente, el reglamento o las normas sanitarias y de calidad de alimentos aprobadas por el Ministerio o suscritas por el Gobierno en virtud de convenciones internacionales. La carne, de todas las especies, que se destine al consumo de la población y sus subproductos deberán, además, provenir únicamente de animales sacrificados de conformidad con las normas reglamentarias y en establecimientos autorizados por los Ministerios de Agricultura y Ganadería y de Salubridad Pública.

ARTÍCULO 201. Se entiende por alimento alterado o deteriorado, para los efectos de esta ley y sus reglamentos, aquel que por cualquier causa natural ha sufrido perjuicio o cambio en sus características básicas, químicas o biológicas.

ARTÍCULO 213. Toda persona, natural o jurídica, que se ocupe en producir alimentos, deberá hacerlo en condiciones ambientales sanitarias y empleando técnicas de defensa o conservación aprobadas por la autoridad de salud, a fin de evitar, principalmente, la contaminación de tales productos y su peligrosidad debida a la presencia de residuos tóxicos proveniente de su tratamiento con plaguicidas u otros sistemas de defensa o conservación.

ARTÍCULO 214. La recolección y almacenamiento de los productos aludidos en el artículo anterior, deberá ser hecha mediante técnicas y equipos sanitarios y adoptando las precauciones necesarias que el Ministerio disponga para evitar la contaminación

de los productos o materias primas, según sea la naturaleza de éstos y el sistema de recolección que se emplee.

ARTÍCULO 215. Se entiende por establecimiento de alimentos de cualquier clase para los efectos de esta ley y de sus reglamentos, todo lugar o local permanente, o de temporada, destinados a la elaboración, manipulación, tenencia, comercio y suministro de alimentos.

ARTÍCULO 216. Toda persona natural o jurídica que desee instalar un establecimiento de alimentos deberá obtener el correspondiente permiso del Ministerio, debiendo acreditar que cuenta con condiciones de ubicación, de instalación y de operación sanitariamente adecuadas. Cuando se tratare de fábricas de productos alimenticios, de establecimientos industriales de alimentos, tales como plantas elaboradoras, mataderos, frigoríficos, o mercados públicos o privados y similares, los interesados deberán acompañar a su solicitud el plano de la planta física del local, de sus instalaciones de operación y la especificación de los equipos y procedimientos que se emplearán en la ejecución de las faenas correspondientes; todos previamente aprobados por el o los profesionales competentes incorporados al Colegio respectivo según lo establezca el Reglamento.

ARTÍCULO 217. Los dueños o encargados de establecimientos de alimentos, instalados y en operación, deberán solicitar permiso para proceder a la modificación de su establecimiento.

ARTÍCULO 218. Queda prohibido a las autoridades competentes otorgar patentes comerciales o industriales o cualquier clase de permiso a establecimientos de

alimentos que no hayan obtenido previamente la correspondiente autorización sanitaria de instalación extendida por el Ministerio. Queda prohibido el establecimiento de puestos fijos o transitorios de elaboración o venta de alimentos en calles, parques o aceras, u otros lugares públicos, con excepción de las ventas en ferias debidamente autorizadas de conformidad con las disposiciones reglamentarias correspondientes.

ARTÍCULO 219. Los propietarios o administradores de establecimientos de alimentos, que hayan obtenido el permiso de instalación podrán iniciar la operación de éstos una vez que acrediten ante el Ministerio que han cumplido con las exigencias impuestas para conceder tal permiso y deberán indicar la persona que será responsable de la operación sanitaria del establecimiento y del control de la salud del personal. Dicha persona será responsable solidariamente con el propietario por las infracciones legales y reglamentarias que se cometan en el establecimiento. Las fábricas de alimentos deberán contar con los profesionales idóneos, incorporados al Colegio respectivo, con el objeto de garantizar la pureza, el control del proceso y el control de calidad de los productos elaborados conforme al correspondiente reglamento

ARTÍCULO 222. El permiso para operar un establecimiento de alimentos será válido por un año, salvo que las condiciones de éste, o de su funcionamiento, o las infracciones que se cometan, ameriten la cancelación anticipada del permiso o la clausura del establecimiento para resguardar la salud del público o de los empleados.

ARTÍCULO 223. Todo fabricante de productos alimenticios deberá emplear en la elaboración de éstos, materias primas que reúnan condiciones sanitarias. Queda prohibido, por tanto, el uso de materias, productos o subproductos, que contengan sustancias descompuestas, tóxicas o extrañas no susceptibles de ser eliminadas, de

las carnes y subproductos que provengan de animales sacrificados en lugares no autorizados y en forma antirreglamentaria y, en especial, la reincorporación a la producción de alimentos añejos, adulterados, contaminados o sospechosos de estarlo o que hayan sido devueltos por el comercio.

ARTÍCULO 232. Los manipuladores de alimentos deberán observar una esmerada limpieza personal y para poder trabajar en establecimientos de alimentos deberán someterse a los exámenes de salud y medidas preventivas y profilácticas que el Ministerio declare necesarias.

ARTÍCULO 233. Se entiende por manipulador de alimentos, para los efectos legales y reglamentarios, a toda persona que aplique su trabajo manual directamente o por medio de instrumentos o artefactos a la preparación, conservación, envase, distribución, expendio o suministro de alimentos.

ARTÍCULO 238. Los propietarios, administradores, encargados y responsables de establecimientos de alimentos deberán permitir a cualquier hora la entrada de los funcionarios de salud, debidamente identificados, para realizar las inspecciones que haya menester de practicar a fin de controlar el estado higiénico y sanitario del local; de sus instalaciones y equipos; el estado de salud e higiene del personal y las condiciones en que se realizan las distintas operaciones. Deberán, asimismo, permitir la toma de muestras necesarias para establecer la identidad, calidad y estado de los alimentos o productos alimenticios con derecho a exigir del funcionario el correspondiente recibo y la contra muestra cuando fuere procedente. Quedan sujetos a estas disposiciones, en los mismos términos, las personas que transporten alimentos en cuanto a sus vehículos y lugares de almacenamiento transitorio.

2.2.1 Estudio de factibilidad

La constitución de una empresa debe verse como un proyecto que debe ser evaluado en cada una de sus fases y ámbitos con el propósito de determinar la viabilidad de este. Cada etapa es igual de importante, ya que si alguna de las mismas no resulta viable el inversionista debe tomar la decisión de si continúa con el proyecto o se detiene, además los resultados de cada etapa permitirían eventualmente modificar o rediseñar el proyecto en evaluación.

Si se define aún más profundo este concepto se tiene de Schnarch, A. (2014) lo siguiente:

“El desarrollo de intangibles (servicios), presenta un esquema similar; sin embargo, debido a las características inherentes a los servicios, el proceso de desarrollo requiere algunas adaptaciones. Zeithaml y Bitner²² plantean las siguientes etapas: generación de la idea, tamizado, desarrollo y evaluación del concepto, prueba del concepto con clientes y empleados, análisis del negocio, estudio de rentabilidad y viabilidad, desarrollo y prueba del servicio, conducción de la prueba del prototipo del servicio, prueba del mercado, prueba del servicio y otros elementos de mezcla de marketing y comercialización.” (P.99)

La realización de un estudio de factibilidad es elemental a la hora de tratar de medir la viabilidad de un proyecto o inversión. Es de fundamental importancia que se investigue a profundidad y se recolecten los datos con veracidad para de esta forma poder contar con información de calidad, la cual será organizada de forma que los inversores sean capaces de entender todos los aspectos que incluyen el proyecto.

Para la ejecución de la investigación se debe tener una visión clara del proyecto. Esto se refleja en la inclusión de todos los componentes relacionados con el programa de desembolsos, lugar físico, organización y puesta en marcha de la operación. Tanto a nivel técnico como administrativo, se deben establecer fuentes y plazos para el financiamiento del proyecto.

2.2.2. Estudio de mercado.

El estudio de mercado nos permite obtener información sobre los gustos preferencias de determinado sector de la población, esta información a su vez es útil para determinar la aceptación de un producto o servicio por parte de las personas a las que va dirigido. El desarrollo de un Estudio de Mercado es muy importante a la hora de querer comenzar un negocio o expandirlo, ya que por medio de los datos obtenidos se puede establecer si existen demandantes para un bien o un servicio en específico y de esta forma decidir si el proyecto puede continuar o se debe incurrir en la búsqueda de un producto distinto para suplir la demanda del mercado. Este a su vez, proporciona datos importantes y valiosos para el establecimiento de precios, frecuencia de compra, demanda, gustos, etc.

Para Sapag N. & Sapag, R. (2014), con el nombre de estudio de mercado “[...] se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p. 190).

La información que se pretende obtener por medio de este estudio debe ser lo más cercana y cierta a la realidad, para de esta forma contar con una base de datos

numérica basada en la investigación que fundamenten los argumentos que ayudarán a tomar una decisión con respecto a la realización del proyecto de inversión. Primeramente, se debe tener en cuenta que el mercado son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Debido a que los mercados se basan en relaciones humanas, estos se pueden manipular y modificar gracias a fuerzas internas; tienen reglas y si se realiza una buena investigación, los interesados en ingresar a un mercado y mantenerse, pueden prever algunos eventos y oportunidades para poder adelantarse a los competidores.

Logrando visualizar de esta manera el poder alcanzar una ventaja competitiva. Los empresarios no pueden ni deben quedarse al margen de lo que sucede en un ambiente tan cambiante y dinámico, en donde al descuidarse pueden quedar por fuera del radar de los consumidores. Deben conocer su mercado y moverse al ritmo que se modifican los gustos, necesidades y preferencias. Adicionalmente deben tener en cuenta los cambios en leyes, impuestos, situación política, etc.

El mercado de cualquier proyecto de innovación, crecimiento, incursión o expansión debe identificar todos los factores que tendrán algún grado de influencia en las decisiones que se deberán tomar para poder implementar la estrategia comercial para la venta del producto.

2.2.3. Definición de Mercado.

Mercado según, Kotler, Philip, Armstrong, Gary (2017) es:

“El conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio” (p.8)

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son relaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores. Tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista en el desempeño de ellos, los empresarios no pueden estar al margen de lo que sucede, ya que es cambiante y dinámico, sus tendencias pueden variar de acuerdo con las necesidades de los consumidores, cambio en leyes, impuestos, situación política, etc.

2.2.4. La oferta.

Es el resultado de una investigación previa en conjunto con el mercado meta.

Para Sabino (2014): “[...] oferta se puede definir como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores que están dispuestos a vender a los diferentes precios del mercado. Un precio elevado significa un incentivo para producir y vender más de ese bien.” (p. 106).

La oferta corresponde a la conducta de los empresarios. Los principales elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada

de nuevos competidores, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores. Estos son solo unos cuantos ejemplos de variables que se deben considerar cuando se trabaja con la oferta, por ejemplo, una forma de medir el comportamiento de la oferta en el mercado es la elasticidad de la oferta.

2.2.5. La demanda

Estudia el comportamiento de los consumidores, lo que beneficia a los productores de bienes al saber de una manera más exacta lo que desean los clientes del mercado y sus características. Para Sapag N. & Sapag, R. (2014)” El análisis de la demanda cuantifica el volumen de bienes y servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto. La cantidad demandada se asocia con distintos niveles de precio y condiciones de venta, entre otros factores, y se proyecta en el tiempo, diferenciando claramente la demanda deseada de la real.” (p.31).

2.2.6 Estrategia de mercadeo.

Los clientes son el enfoque principal de un negocio, se trata de generar valor para el cliente de manera que se dé una relación recíproca, donde se satisfaga una necesidad a cambio de un beneficio o ganancia. Es por esto por lo que resulta necesario la creación de una estrategia de marketing para generar valor al producto o servicio.

Parte de la estrategia de marketing es diseñar una mezcla integrada y conformada por los factores que controla: producto, precio, plaza y promoción, los cuales adquieren el nombre de las cuatro P del mercadeo.

Kotler (2017) en su libro *“Fundamentos del marketing”* sobre la creación de la mezcla del marketing afirma que:

Una vez que la compañía ha definido su estrategia general de marketing, está lista para comenzar a planear los detalles de la mezcla de marketing, que es uno de los conceptos más importantes del marketing moderno: el conjunto de herramientas tácticas de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. (p.53)

Para el éxito del estudio de factibilidad mercadológica es importante definir cada uno de los componentes de la mezcla de mercadeo, los que se describen de la siguiente manera:

2.2.6.1 Producto: “Es la combinación de bienes y servicio que la empresa ofrece al mercado meta” (Kotler, 2017, p.53)

Es el componente más visible de la mezcla y se refiere a las técnicas para comunicar información acerca de los productos o servicios.

2.2.6.2 Precio: “Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para adquirir el producto” (Kotler, 2017, p.53)

2.2.6.3 Plaza: “Incluye las actividades de la compañía que hace que el producto este a la disposición de los consumidores meta” (Kotle2017, p.55)

2.2.6.4 Promoción: “Se refiere a actividades que comunica las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta a que lo compren” (Kotler, 2017, p.55)

2.2.7. Selección del mercado meta

El estudio de mercado establecerá la posibilidad del negocio o proyecto de inversión, allí se examina el contexto del mercado, la demanda, los costos y gastos, la definición de precios y el potencial de rentabilidad.

Menciona Kotler (2017) en su libro *“Fundamentos del marketing”* sobre selección del mercado meta:

[...]” implica la evaluación del atractivo de cada segmento del mercado y la elección de uno o más segmentos para intentar ingresar a ellos. Una compañía debería enfocarse en los segmentos donde sea capaz de generar de manera redituable el mayor valor para el cliente y conservarlo con el paso del tiempo” (p.52)

2.2.8 Segmentación del mercado.

Para la segmentación del mercado lo que se busca es segregar el mercado total, ya sea de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos, de características similares, ya sean, demográficas, geográficas, entre otras. Todos los mercados se componen de segmentos y a su vez están formados por nichos de mercado.

“Al proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores con diversas necesidades, características o conductas y quienes podrían recurrir estrategias o programas de marketing específicos se le denomina segmentación del mercado” (Kotler, 2017, p.52)

No existe una sola forma de segmentación, es por eso por lo que se deben definir diversas variables, ya sean individuales y/o combinadas, con el objetivo de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado.

En el siguiente párrafo se detallan las principales variables utilizadas para el proceso:

2.2.8.1 Segmentación Geográfica: la cual requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, provincias, cantones, distritos, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, también se puede trabajar en todas.

2.2.8.2 Segmentación Demográfica: esta categoría trabaja la división en grupos basados en variables demográficas, como la edad, género, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos, entre otros. Se utiliza este tipo de segmentación debido a los datos como las necesidades, deseos y tasas de uso están frecuentemente muy relacionadas con las variables definidas.

2.2.8.3 Segmentación Psicográfica: para esta segmentación los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad que se condicionan en el marco de la mercadotecnia como las tendencias de mercado.

2.2.8.4 Segmentación por conducta: los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto y es de las más utilizadas para los estudios de mercado.

2.2.9. Aplicación del estudio del mercado

Los siguientes campos definidos en la realización de un estudio de mercado permiten el análisis y alcance de los objetivos de la presente investigación:

El Mercado: en este espacio se incluyen los aspectos relacionados con la interacción entre los consumidores y los sujetos que participan en la escena gastronómica de la zona, tendencias de la población en general, principales medios de publicidad a la que se exponen, campañas de publicidad, etc. Asimismo, se le debe dar seguimiento a las campañas realizadas con el fin de innovar y mantenerse en el mercado.

El Producto: este se lleva a cabo tomando todos los productos que compitan directamente con el ofrecido por el proyecto, se incluye además un análisis de la posible aceptación del mercado y su inclusión, se debe investigar en cuanto a la temática que predomina en los establecimientos de comida que están presentes en la zona, aunque se pretende que el producto a ofrecer sea original e innovador.

El Consumidor: es el aspecto que se deberá analizar a fondo debido a que se necesita identificar las necesidades del mercado al que se quiere ingresar, cabe recalcar las motivaciones de consumo, hábitos de compra, opiniones sobre el producto y los de la competencia, aceptación de precio, y preferencias de la población en general.

2.2.10 Mercado competidor

El enfoque del mercado competidor es el estudio de las empresas que elaboran y venden productos similares a los que se piensan vender, en el caso de este emprendimiento su competencia directa se encuentra en los bares restaurantes que actualmente lideran la escena gastronómica en la zona.

Para Sapag N. & Sapag, R. (2014), el estudio competidor “[...] tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se

instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas.” (p. 198).

2.2.11 Identificación de oportunidades del entorno y ventajas competitivas

Es vital identificar oportunidades en el entorno a la hora de crear un negocio, ya que generan innovación y nuevas oportunidades que a su vez generan valor en el mercado comercial. Los emprendedores deben ser capaces de detectar estas oportunidades, pues de ellas se visualizan ideas nuevas de negocios que generan el cambio en el comercio. Las organizaciones no ven las oportunidades, esa es una tarea de los individuos (Robins, 2014, pág. 569)

Si son las personas las capaces de visualizar los cambios que se pueden generar a futuro es importante enseñar sobre la creación de nuevas ideas de mercado basado en esas oportunidades.

Cuando se habla de ventajas competitivas se hace referencia a algo que hace mejor la empresa a la que se pertenece que carecen las demás empresas. Es un ingrediente necesario para el éxito de la compañía y la supervivencia de la iniciativa emprendedora en el largo plazo. (Robins, 2014, pág. 570). Es difícil mantener ambos conceptos activos en la compañía, por lo que es vital que los emprendedores tomen importancia de ello a la hora de realizar factibilidades de las empresas.

Logrando visualizar de esta manera el poder alcanzar una ventaja competitiva. Los empresarios no pueden ni deben quedarse al margen de lo que sucede en un ambiente tan cambiante y dinámico, en donde al descuidarse pueden quedar por fuera del radar de los consumidores. Deben conocer su mercado y moverse al ritmo que se modifican

los gustos, necesidades y preferencias. Adicionalmente deben tener en cuenta los cambios en leyes, impuestos, situación política, etc.

El mercado de cualquier proyecto de innovación, crecimiento, incursión o expansión debe identificar todos los factores que tendrán algún grado de influencia en las decisiones que se deberán tomar para poder implementar la estrategia comercial para la venta del producto.

2.2.12 Estrategias de Mercado

Una vez que el administrador o emprendedor ha entendido plenamente a los consumidores o posibles consumidores y al mercado, está en condiciones de diseñar una estrategia de marketing orientada a crear valor para el cliente.

Para diseñar una estrategia de marketing exitosa, el gerente de marketing debe responder dos preguntas fundamentales: ¿A qué clientes debemos servir? (¿Cuál es nuestro mercado meta?), y ¿de qué forma podemos servir mejor a esos clientes? (¿Cuál es nuestra propuesta de valor?) (Kotler & Armstrong, 2017, p.9)

- El método del mercado meta único: segmentar el mercado y escoger uno de los segmentos homogéneos, como mercado meta de la firma al cual se le ofrecerán el producto propuesto por el negocio de comida keto.
- El método del mercado meta múltiple: segmentar el mercado y elegir dos o más segmentos, cada uno de los cuales será tratado como mercado meta separado, que necesita una mezcla comercial diferente.

- El método del mercado meta combinado: combinar dos o más submercados en uno mayor como base para una estrategia de mercado a implementar.

2.2.13 Situación del mercado

Se debe tener siempre presente que en el mundo de los negocios y la búsqueda de nuevas oportunidades se vuelve una situación constante, por lo tanto, se deben reinventar los productos y servicios que se ofrecen o bien se deben buscar nuevas líneas que vayan a complacer las necesidades de los consumidores. De esta forma, se puede mantener la competitividad del negocio y permanecer presente en la mente de los clientes. En un mundo cambiante, es importante no quedarse atrás en la innovación de los productos para de esta forma mantenerse en el mercado competitivo.

Existen 4 métodos formales para identificar oportunidades de nuevos negocios:

1. Penetración en el mercado: la intención es quitarle clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de precio, nuevas presentaciones, etc.
2. Desarrollo del mercado: se trata de captar nuevos clientes sin modificar el producto.
3. Desarrollo del producto: este es parte de innovar el producto hacer que sea más demandado en el mercado.
4. Diversificación: este aspecto lleva al cambio o inclusión de nuevos productos o líneas de artículos distintas a las que ya se manejan.

2.2.14 El Estudio Técnico

El Estudio Técnico permite la investigación e implementación de un nuevo negocio o expansión, debido a que se establecen los activos fijos con los que deberá contar la empresa para su funcionamiento, se determinan los distintos aspectos a instaurar para iniciar el proyecto de forma real, tangible, y físico. En el Estudio Técnico se estiman los costos, beneficios e inversiones de este.

“En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer la información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes al área.” (Sapag, 2014, p. 32).

El objetivo es diseñar como se producirá el bien a vender, si se elige una idea es porque es factible investigar, ya se tiene el conocimiento de cómo se hace el producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

Se debe describir que proceso se va a utilizar, y cuánto costara, que recursos se necesitan para producir y vender, incluyendo los presupuestos de inversión y de gastos.

En el siguiente párrafo, se detallan los siguientes aspectos a considerar para la realización de un estudio técnico:

1. Materiales indirectos, aquellos que forman parte auxiliar en la presentación del producto, tales como empaques, envases, etiquetas, utensilios, entre otros.
2. Suministros: Son los recursos utilizados como complemento de la tecnología para realizar el proceso de producción, tales como combustible, etc.

3. Organización, referente al factor humano, que se basa en la capacidad de ordenamiento de una secuencia para la realización óptima de un proceso productivo determinado.
4. Productos, son los bienes finales fabricados como resultado de un proceso de transformación, y que llegan a pertenecer al mercado de la comercialización.
5. Subproductos: Se refiere a aquellos bienes que han sido obtenidos de un proceso productivo y que no constituyen su objetivo principal de producción, pero que representan un valor económico para la empresa con su venta.
6. Tamaño del proyecto, se refiere a la capacidad de producción del proyecto, la cual se encuentra condicionada por el tamaño del mercado, la capacidad financiera y empresarial de la entidad, la disponibilidad de insumos, tecnologías, factores institucionales y legales.
7. Tecnología, va de la mano con los equipos, conocimientos técnicos y procesos que se desarrollan para llevar a cabo un proceso de producción como equipo de computación, programas, etc.

2.2.15 Estudio administrativo

Un estudio administrativo para efecto de un proyecto de inversión es importante debido a que proporciona los elementos necesarios para definir el rumbo y las acciones que deben realizarse con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

Existen muchas teorías con diferentes enfoques para estudios administrativos, sin embargo, se mencionarán los más importantes, como lo es la planeación estratégica,

que nos muestra el norte, o identifica hacia dónde va la empresa, el crecimiento, tendencias del mercado, economía y sociedad.

Para llevar un control adecuado se recomienda definir los objetivos, o también conocidos como guías cualitativas que llevarán a lograr resultados. Las políticas definen el área de trabajo para la toma de decisiones, pero realmente ayudan para alinear el esfuerzo de los colaboradores. Las estrategias dan el programa general de acción, y una correcta definición de la meta, así como los esfuerzos y recursos encaminados hacia el logro de unos objetivos generales y ejecutar así la misión de la organización. Cuando se habla de valores, se puede decir que van a representar las convicciones de los gestores administradores que llevan a la empresa hacia los objetivos para el éxito.

El análisis es una herramienta para ver pasos y acciones en un futuro. Se logra mediante el estudio del trabajo desempeñado en el presente, interior de la empresa, marcando posibles evoluciones para el éxito, permite que la gerencia reflexione y tenga mejor conocimiento de la organización. Los organigramas son importantes, ya que es el recuadro que representa los puestos de la organización y sus niveles jerárquicos, líneas, autoridad y responsabilidad. Deben tener claridad, no deben ser extensos ni complicados.

2.2.16 El Estudio Financiero.

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar los cuadros

analíticos y datos adicionales para la elaboración del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (Sapag, 2014, p.34)

El estudio financiero busca definir “mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación. Existen diversos métodos o modelos de valoración de inversiones. Se dividen básicamente entre métodos estáticos y métodos dinámicos.

2.2.17 Hipótesis

Para esta investigación se plantea la hipótesis de obtener resultados positivos de la investigación que se desea realizar. Donde los datos obtenidos pueden ser analizados de manera financiera y definir la rentabilidad que puede proporcionar el proyecto al momento de su implementación. La creación del negocio de comida keto es factible económicamente basado en la evaluación financiera y estudio de demanda que presenta el mercado meta de la zona de Guadalupe, para el primer cuatrimestre del 2020.

2.2.18 Modelo de negocio

Según el manual para personas emprendedoras publicado en el sitio web del ministerio de economía industria y comercio www.meic.go.cr se define modelo de negocio como: La forma en que una empresa o emprendimiento desarrolla su negocio y genera ingresos. La estructuración de este modelo varía mucho según la identidad y el tipo de bien que ofrece cada emprendimiento. Incluso, en ocasiones es justo el modelo de

negocio lo que diferencia a empresas similares, y lo que define cuál de ellas es más exitosa.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Antes de describir el enfoque de la investigación es importante tener en cuenta que este existe dos modelos: cuantitativo y cualitativo, además de la combinación de ambos.

El modelo cuantitativo, se centra en el análisis e interpretación de datos, números, indicadores y estadísticas asociadas con el objeto de estudio, y para ello formula preguntas muy específicas acerca de cómo y cuándo tiene lugar el fenómeno estudiado, permitiendo al investigador recopilar información que puede ser plasmado mediante números, para su análisis racional y objetivo. (Pimienta, 2018, p.36)

Mientras tanto el modelo cualitativo. Pimienta (2018) afirma: “Este tipo de enfoque se apoya en la recolección y resumen de datos cualitativos por medio de actividades de campo, como la realización de entrevistas, así como la observación directa y el análisis documental.” (p.37)

La investigación es de naturaleza mixta ya que involucra elementos del enfoque cuantitativo y cualitativo, entre ellos se puede mencionar la aplicación del estudio de factibilidad como elemento principal, a través del cual se obtiene datos de la población en relación con la aceptación del negocio que se pretende establecer, para luego realizar un análisis numérico en conjunto de los resultados obtenidos.

Además de los elementos cualitativos los cuales se manifiestan en el momento de obtener información sobre el mercado de los servicios de alimentación en la zona, se obtienen algunos datos por medio de observación y entrevistas del tipo abierto entre los sujetos involucrados.

3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La creación de un restaurante Keto en Guadalupe requiere de una investigación exploratoria, pues con ella se puede medir la factibilidad del negocio, la cual ayudara a tomar decisiones para lograr el éxito deseado por el empresario. Los estudios exploratorios se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso. Este al ser un proyecto nuevo en el cantón, debe ser previamente analizado para comprobar su viabilidad. (Sampieri, 2014, pág. 91)

Se le puede catalogar como una investigación descriptiva ya que propone analizar el comportamiento de una población, en esta ocasión sería el segmento de mercado meta al que se pretende llegar. Para ello es necesario conocer el cantón de Goicochea de San Jose que es donde se desea ubicar el restaurante. Se explica que la investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (Sampieri, 2014, pág. 92)

La investigación correlacional es la utilizada cuando las variables incluidas afectan el resultado de esta. Se define la investigación correlacional como el asociar variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. (Sampieri, 2014, pág. 93). Para la creación del restaurante es importante medir en que magnitud afectan los resultados de los estudios tanto técnicos-financieros como los de mercado, en la viabilidad del proyecto afectando la creación de este. Así mismo se pueden observar

si existen errores en el proyecto que deban ser mejorados para obtener el resultado positivo del negocio.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Existen dos tipos de dimensiones temporales. Según (Sampieri, 2014)

La investigación transversal o transaccional son investigaciones que recopilan información en un momento único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (pág. 154)

La investigación longitudinal o evolutiva son estudios que recaban información desde distintos puntos en el tiempo, para así poder realizar inferencias sobre la evolución del problema de investigación. (pág. 159)

Para la realización del presente proyecto de investigación, se aplicará el diseño tipo transaccional, debido a que se llevará a cabo una encuesta aplicada en un solo momento y tiempo único, cuyos datos auxiliarán a identificar y obtener información importante para el estudio. Se logrará a su vez realizar una investigación acerca del número de muestra de la población para así definir el mercado meta a quienes ofrecer los productos

3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO

Los sujetos son las personas o elementos objeto de estudio, también se les conoce como población o universo. Por su parte, las fuentes de información son de tres tipos: primarias o directas, secundarias y terciarias.

En esta investigación, el sujeto de investigación es el estudio de factibilidad financiera para establecer un restaurante keto durante el primer cuatrimestre del 2020.

3.4.1 Población

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Una deficiencia que presenta los trabajos de investigación es que no describen lo suficiente las características de la población o consideran que la muestra la representa de forma automática (Sampieri, 2018, pg. 198)

Para dicha investigación se considera población los habitantes Guadalupe de San Jose, en un segundo plano los visitantes nacionales e internaciones que visitan los restaurantes en la región. Esta información será la utilizada para el proceso de estudio.

3.4.2 Tipo de muestra

La muestra es un subgrupo de la población total, de la que se extraen datos por medio de instrumentos estadísticos y que se utiliza con el fin de brindar datos relevantes de la población total a estudiar. Debido a la alta demanda de tiempo y dinero que un estudio de la población conllevaría, se recurre a una muestra más pequeña identificada

previamente que logre generalizar de cierta manera las características de la población meta.

Acorde con Sampieri (2014) Describe el concepto de muestra como: "...un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse" (p.173).

Hernández, R., Mendoza, C. (2018). Explica la selección de muestreo en una investigación, de la siguiente manera: "En las Muestras probabilísticas, todas las unidades, casos o elementos de población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo. En las Muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, si no de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación". (P. 200)

Para realizar un estudio estadístico de muestra existen dos formas de seleccionarla: muestras probabilísticas y muestras no probabilísticas o dirigidas.

Según Sampieri (2014), la muestra es "el subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido al que llamamos población". (p. 175).

Debido a esta razón, se deben de aplicar una serie de fórmulas matemáticas y estadísticas para su selección. A su vez el tamaño de esta dependerá de lo homogénea o no que sea la población total.

Para calcular el tamaño de la muestra se acude a la siguiente fórmula matemática estadística:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{i^2}$$

En donde:

n: Es el tamaño de la muestra.

Z: valor correspondiente a la distribución de Gauss (nivel de confianza)

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, (p =0,5), que hace mayor el tamaño muestral

q: 1 – p. En este caso por desconocerse (binomial a normal).

i: margen de error

3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión

Tabla Numero 1 Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Habitantes del distrito Guadalupe	Población de los distritos que se encuentran distanciados de Guadalupe
Personas que toleran índices altos de grasa	Personas no tolerantes a la grasa

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información de primera mano es la obtenida directamente del portador sin que sea retransmitido a un libro, artículo o grabación. (Sampieri, 2014)

Se obtiene información de segunda mano al ser información obtenida de libros y sitios web que ayudaron con datos de interés para la población. (Sampieri, 2014)

El instrumento principal por utilizar será una encuesta con preguntas abiertas y cerradas. Esta se aplicará electrónicamente por medio de un enlace web a la muestra establecida de consumidores potenciales. La información por recolectar es referente a las preferencias de los consumidores acerca de los restaurantes que visitan y degustan, los precios que están dispuestos a cancelar por los productos y la frecuencia con la que adquieren este tipo de servicios, así como preferencias en cuanto a textura y sabor. De esta manera se pretende identificar si estarán dispuestos a adquirir los productos ofrecidos por el restaurante.

3.6 VARIABLES

Para efectos de la presente investigación las variables se definen de forma conceptual y operacional por tratarse de un estudio cuantitativo.

3.7 ANÁLISIS DE LOS DATOS

Una vez aplicadas las herramientas de recolectar datos se procederá a realizar un análisis de los datos, es decir de los resultados obtenidos.

Es útil conocer la opinión de algún autor sobre el análisis de datos:

Para la organización y en análisis de datos, la estadística se vuelve una herramienta fundamental. Sin embargo, no todos los procedimientos, ni todas las herramientas deben usarse en el trabajo de investigación, sino que se debe elegir la mejor opción tanto de presentación de datos como análisis de estos. (Cruz, 2014, p.187)

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 PRESENTACION DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

En primer lugar, se va a analizar los datos obtenidos a través de la aplicación del cuestionario sobre la propuesta para la venta de comida tipo Keto en Guadalupe, la cual se aplicó a una muestra de ciento quince encuestados, el objetivo de la encuesta es determinar si la propuesta de este negocio tiene aceptación por parte de la población en estudio, además de permitirnos proyectar la demanda y conocer el mercado meta.

Con la obtención de los datos y el posterior análisis de los datos de esa encuesta se cumple con el objetivo específico 1. Realizar un estudio de mercado para determinar la magnitud del segmento del mercado meta al cual se dirige el negocio.

A continuación, se presenta cada una de las preguntas que forman parte del cuestionario, con su respectiva figura, explicación y gráfica.

La pregunta Numero 1 de la entrevista es de carácter informativo dado que se refiere al rango de edades potenciales de los clientes el cual es bastante variado como se observa en la siguiente tabla

¿En qué rango de edad se ubica?

Rangos de edad	Cantidad de encuestados
17-25	23
26-34	42
35-43	33
44-55	17

Tabla numero 2 Edad de los encuestados

Fuente: Elaboración propia, 2020

Se aprecia al aplicar la encuesta Propuesta para la venta de comida tipo keto en la zona de Guadalupe que la mayoría de encuestados se encuentran en el rango de edad entre veintiséis y treinta y cuatro años y una minoría en el rango de edad de entre cuarenta y cuatro y cincuenta y cinco años.

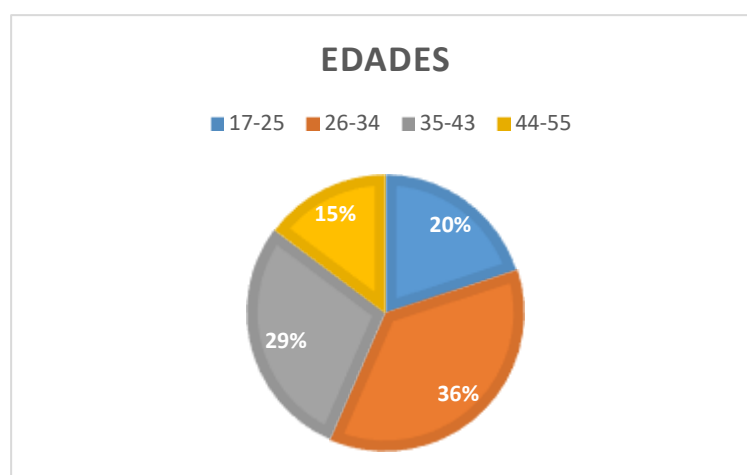


Figura número 1 Edad de los encuestados

Fuente: elaboración propia, 2020

La segunda pregunta se basa en la segmentación por género.

Genero	Cantidad de encuestados
Masculino	56
Femenino	59

Tabla número 3. Genero de los encuestados

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como resultado de aplicar la encuesta propuesta para la venta de comida Keto en la zona de Guadalupe de San Jose se obtiene como resultado que el género de cincuenta y seis encuestados es masculino, mientras que para cincuenta y nueve encuestados es femenino.

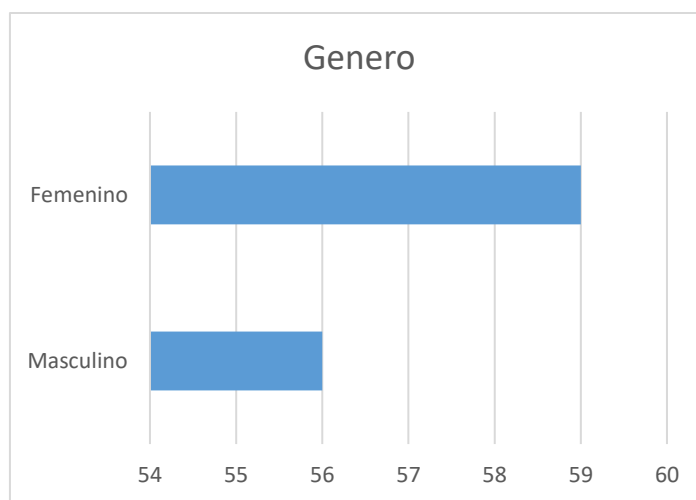


Figura número 2, El género de los encuestados

Fuente: elaboración propia, 2020

Como tercera pregunta se realiza sobre si se interesa en los ingredientes y contenido calórico de los productos que consume.

Respuesta	Total de encuestados
Siempre	30
A veces	18
Casualmente	25
Nunca	42

Tabla número 4. Interés por contenido calórico

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se observa en la tabla es mayor la cantidad de personas que no se interesan por el contenido de los alimentos que consumen. Donde solamente el 26% de las personas encuestadas se informan sobre la información calórica de los alimentos, 16% de las personas encuestadas respondieron revisar solamente a veces el contenido de los productos, 22% de las personas encuestados definieron una frecuencia casual de revisión y 36% de las personas encuestadas dieron por respuesta nunca leen la información nutricional de los alimentos que consumen., para un total de 115 personas encuestadas.

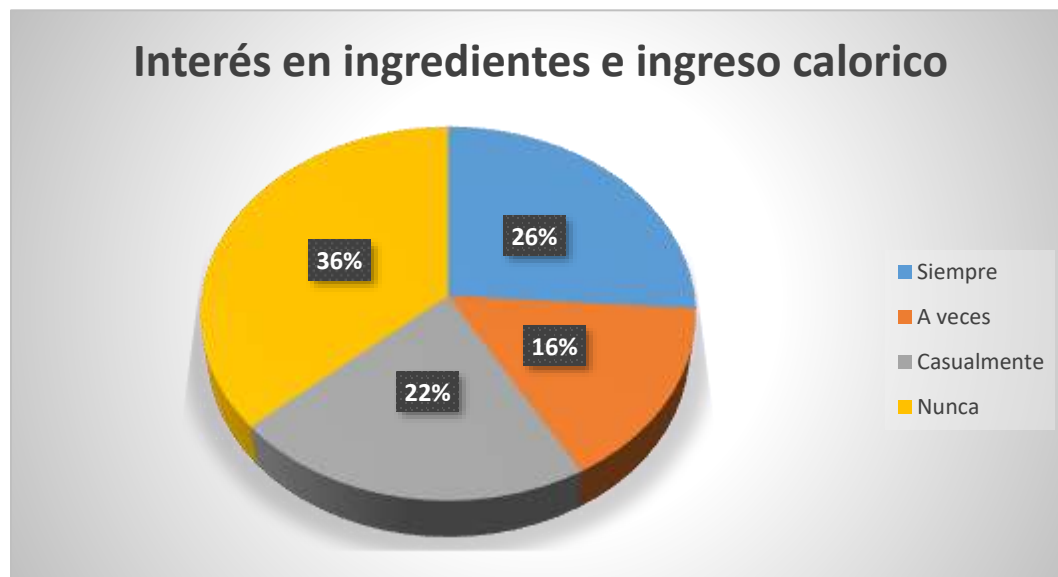


Figura número 3, Interés por contenido calórico

Fuente: elaboración propia, 2020

Para la cuarta pregunta se realizó basada en los gustos de la persona, la cual sirve para determinar la demanda q presentara el negocio. La misma se planteó de la siguiente manera:

¿Qué tan frecuente sale usted a comer algún restaurante?

Criterio de frecuencia	Cantidad de encuestados
2 veces a la semana	21
1 vez a la semana	42
1 vez a la quincena	29
1 vez al mes	23

Tabla Numero 5. Frecuencia con la que los encuestados salen a comer a algún restaurante

Fuente: Elaboración propia, 2020

Donde se obtuvieron las repuestas de que la mayoría de las personas sale a comer a un restaurante al menos 1 vez a la semana, lo que garantiza que el negocio será rentable.

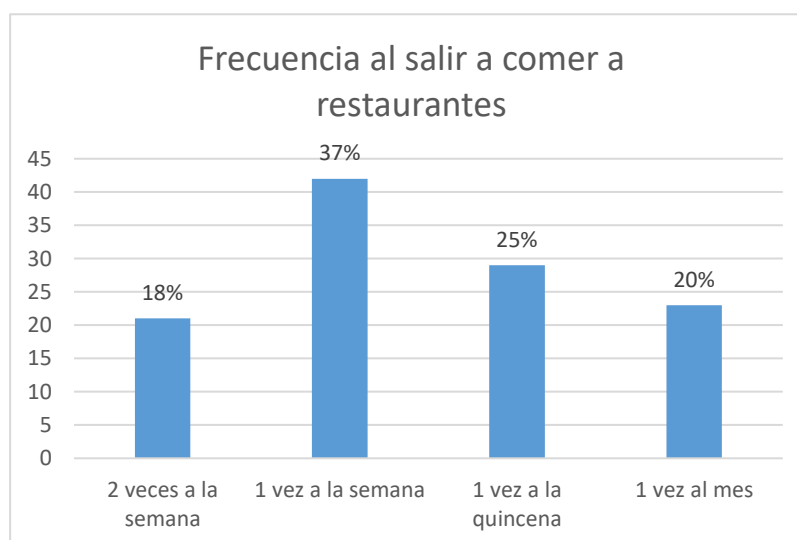


Figura número 4 Frecuencia con la que los encuestados salen a comer a algún restaurante

Fuente: elaboración propia, 2020

Pregunta Numero 5 ¿Considera usted que el servicio de restaurantes en la zona es variado?

Respuesta	Cantidad de encuestados
Si	26
No	89

Tabla Numero 6 Variedad en el servicio de restaurantes según los encuestados

Fuente: Elaboración propia, 2020

La aplicación de la encuesta Propuesta para la venta de comida keto en Guadalupe como resultado que la mayoría de los encuestados considera que no existe variedad en el servicio de restaurantes en Guadalupe, representado por un ochenta y nueve por ciento.

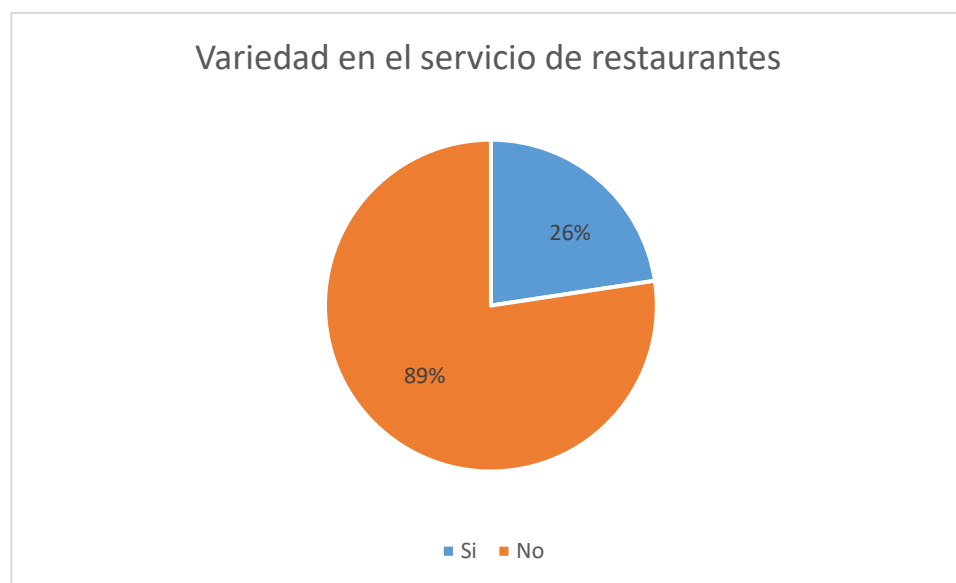


Figura número 5 Variedad en el servicio restaurantes según los encuestados

Fuente: elaboración propia, 2020

La sexta pregunta hace referencia si conocen sobre el estilo de vida keto.

Respuesta	Total de encuestados
Si	43
Se poco	53
No	19

Tabla Numero 7 Conocimiento sobre el estilo de vida keto

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se puede ver en las respuestas un 46% sabe un poco sobre keto, lo cual es una buena señal ya que solo un 17% no conoce nada sobre el estilo de vida keto.

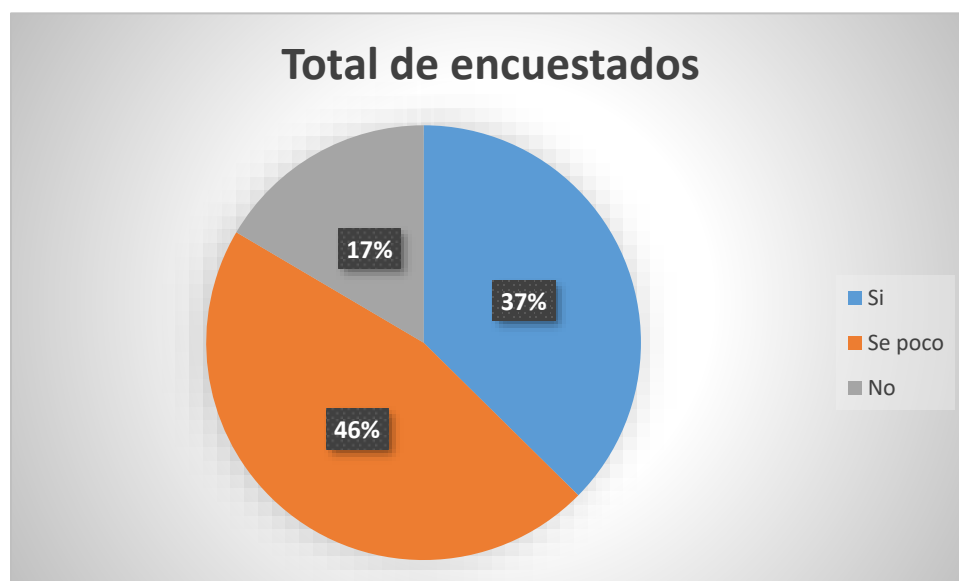


Figura número 6 Conocimiento sobre el estilo de vida keto.

Fuente: elaboración propia, 2020

Pregunta número 7. Tolerancia a las grasas

¿Tiene problemas para tolerar las grasas?

Respuesta	Cantidad de encuestados
Si	11
No	104

Tabla Numero 8 Tolerancia a las grasas

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se puede ver en las respuestas un 90% no tiene problemas para tolerar las grasas, lo cual es una bueno porque la dieta keto tiene un índice alto en grasas.



Figura número 7 Tolerancia a las grasas

Fuente: elaboración propia, 2020

Pregunta número 8. Proteína animal

¿Consume proteína animal?

Respuesta	Cantidad de encuestados
Si	101
No	14

Tabla Numero 9 Consumo de proteína animal

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se puede ver en las respuestas un 88% consume proteína animal, lo cual nos ayuda a entender que no tendrían problema en ser futuros clientes ya que la mayoría de las recetas se basan en proteína animal.

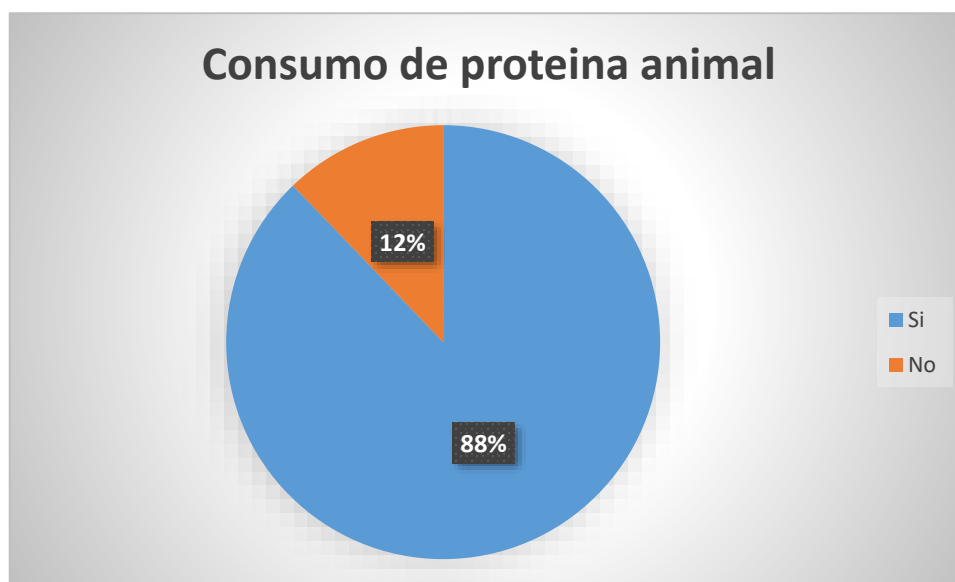


Figura número 8 Tolerancia a las grasas

Fuente: elaboración propia, 2020

Pregunta número 9. Alergias a las nueces

¿Tiene alguna alergia a las nueces?

Respuesta	Cantidad de encuestados
Si	2
No	113

Tabla número 10 Alergia a las nueces

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se puede ver en las respuestas solo un 2% de los encuestados es alérgico a las nueces, lo cual nos da visibilidad que, aunque sea un porcentaje muy bajo siempre debe haber un menú sin nueces ya que es letal para las personas alérgicas.



Figura número 9 Alergia a las nueces

Fuente: elaboración propia, 2020

Pregunta número 10. Asistencia a un restaurante tipo keto

¿Asistiría a un restaurante tipo keto, aunque no lleve usted este estilo de vida?

Respuesta	Cantidad de encuestados
Si	101
No	14

Tabla Numero 11 Asistencia a un restaurante keto

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se puede ver en las respuestas un 88% asistiría, aunque no lleve un estilo de vida keto, si hacemos una comparación con los resultados de la pregunta 7, existe la probabilidad de que los 14 encuestados que dijeron que no asistirían sea porque no consumen proteína animal. En este caso quedaría la tarea de presentar un menú vegetariano keto y así cambiar de parecer a los que no consumen animales.



Figura número 10 Asistencia a un restaurante Keto

Fuente: elaboración propia, 2020

4.2 DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO

Enseguida se detalla el modelo de negocio para el restaurante de comida tipo keto, que se pretende iniciar, el mismo es diseñado con base en el modelo canvas, el cual

permite plasmar en una sola hoja todos los aspectos relacionados con el negocio, se compone de siete rectángulos, dos de ellos divididos a la mitad.

En la siguiente tabla se puede apreciar el desarrollo de cada uno de los puntos que componen el modelo canvas: 1. Propuesta de valor, 2. Segmentación del cliente, 3. Canales de distribución, 4. Relación con clientes, 5. Fuentes de ingreso, 6. Recursos claves, 7. Actividades clave, 8. Socios claves, 9. Estructura de costos

Tabla Numero 12 Modelo de negocios Canvas

Modelo Canvas				
8. Aliados Estratégicos. Empresas dedicadas al catering service a manera que si el negocio es contratado para un evento poder tener un apoyo en la elaboracion de los platillos y no afectar el servicio del restaurante, contacto con personas que se dediquen a la entrega a domicilio, de manera que sean de facil contacto en picos altos de ventas express.	7. Actividades claves. Asegurar la calidad de los insumos y el sabor de los platillos, tener la comida preparada debido a que el tiempo es indispensable para que el cliente nos considere como opcion, marketing digital: mantener actualizada la pagina con el menu especial de la semana.	1. Propuesta de Valor: ofrecer comida especializada y de entrega inmediata, a traves de un restaurante, que le brindara al cliente una experiencia unica debido a su enfoque, diseño, ambiente, imagen en la presentacion de los alimentos, novedad y calidad en su servicio. Punto Estratégico: Ubicado en la calle principal de Guadalupe. Ventajas competitivas: Variedad de menu, comida saludable con buen sabor, servicio a domicilio gratis en un radio de 5 km.	4. Relaciones con el cliente servicio de post - venta: para conocer el grado de satisfaccion del cliente, si el servicio es bueno o malo. Comunicación fluida a traves del chat de las redes sociales. Motivacion: el sabor unico, seguridad y confianza , comida sana e higiene	2. Segmentacion del mercado: Demografica: Hombres y mujeres entre los 14 a 55años. Geograficamente Familias y personas de la zona de Guadalupe, visitantes nacionales e internacionales.
	6. Recursos claves. Recurso humano: Administrador, cocinero, cajero y mesero. Equipo y mobiliario de cocina, recursos tecnologicos, creacion de pagina de facebook e instagram.		3. Canal de distribucion: Para brindar valor agregado se apoyara en redes sociales como facebook e instagram, a traves de las cuales se mostrara el menu diario, ademas la entrega de platillos sera mediante tres servicio: consumo en sitio, comida para llevar y servicio express.	
9. Estructura de costos: Gastos por salarios, pago a proveedores, pago de alquiler, gastos publicitarios, gastos en mantenimiento de la infraestructura, obligaciones tributarias.			5. Fuentes de ingreso. La principal fuente esta compuesta en su totalidad por endeudamiento, ademas del aumento en la demanda de clientes y crecimiento en ventas, promociones a traves de dinamicas en las redes sociales.	

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.3 LOS REQUISITOS LEGALES, NORMATIVOS Y TRIBUTARIOS

La segunda parte este análisis de datos está compuesto por un estudio técnico sobre algunos aspectos legales, normativos y tributarios requeridos para poner en funcionamiento el negocio ya mencionado antes, para iniciar es necesario indicar que, dadas las características del negocio, se clasifica como una PYME, sobre la definición se menciona lo siguiente:

Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus Reformas.

Ley No. 8262 del 17-5-2002

CAPITULO I

OBJETO Y AMBITO DE APLICACIÓN

ARTICULO 3. Para todos los efectos de esta ley y de las políticas y programas estatales o de instituciones públicas de apoyo a las pymes, se entiende por pequeñas y medianas empresas (pymes) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica.

(Así reformado el párrafo anterior mediante el artículo 34 de la ley No.8591 del 28 de junio del 2007)

Con la descripción de los siguientes requisitos legales, normativos y tributarios se cumple con el objetivo 3. Investigar los aspectos legales, normativos y tributarios que conllevan a la formalización del negocio antes mencionado en esta investigación.

Se realiza un análisis de contenido, la información fue obtenida por medio de consulta directa en la página principal del Ministerio de Economía Industria y Comercio, a través del manual para personas emprendedoras, se complementa con la consulta en persona realizada al funcionario a cargo de patentes en la municipalidad de Tarrazú.

4.3.1 Establecimiento de la figura legal.

Una de las decisiones más importantes que se debe tomar antes de iniciar con la formalización de un negocio es definir si lo va a hacer con socios o individualmente, en ambos casos es importante conocer las figuras legales existentes en Costa Rica.

La decisión de operar bajo una figura jurídica trae consigo algunas ventajas, como respaldo y seguridad jurídica en todo momento y ante cualquier situación en que el negocio se vea afectado, responsabilidad compartida por parte de los socios y finalmente y no menos importante es que los bienes de la empresa responden ante alguna posible obligación jurídica y no los personales. En Costa Rica, existen cuatro tipos de sociedades:

- Sociedad Anónima
- Sociedad de Responsabilidad Limitada
- Sociedad en Nombre Colectivo
- Sociedad en Comandita Simple.

Las sociedades mercantiles más utilizadas en Costa Rica son las sociedades anónimas (S.A.) y las sociedades de responsabilidad limitada (S.R.L.), las cuáles se describirán a continuación:

4.3.2.1 La sociedad anónima

Una sociedad anónima es una entidad jurídica en donde se participa como socio, por medio de una cantidad de acciones por un valor determinado. El capital social constituye un patrimonio distinto al personal. Se pueden constituir agencias o sucursales dentro y fuera de Costa Rica y realizar todo tipo de negocios.

En cuanto a las y los socios, se necesitan al menos dos para su constitución. No se puede inscribir la totalidad del capital social a nombre de una sola persona a la hora de la constitución, pero posteriormente sí podrán cederse todas las acciones a una sola persona. Para la constitución deben definirse los siguientes aspectos:

- **Nombre social:** Este puede ser un nombre de fantasía. Actualmente es posible también inscribir sociedades que lleven por nombre el número de cédula jurídica asignada por el Registro Nacional.
- **Capital social y distribución de acciones:** El capital social se puede fijar en moneda nacional o en cualquier moneda extranjera, y debe definirse un monto general o total. Además, ha de indicarse el valor de cada una de las acciones y cómo será distribuido entre las y los socios.
- **Domicilio social:** Es el lugar designado para recibir comunicaciones.
- **Plazo social:** Habrá que determinar el número de años que la sociedad va a existir. Normalmente se utiliza el plazo de 99 años.

- Representación: La figura de presidente es por ley la representante judicial y extrajudicial de la sociedad, con facultades de “Apoderado Generalísimo sin límite de suma”, pero de igual forma se puede nombrar las personas que se deseen para representar la sociedad.
- Agente Residente: Cuando las y los representantes de la sociedad no tienen domicilio en Costa Rica, se debe nombrar un agente residente cuya función será recibir las comunicaciones de la sociedad.

4.3.2.2 La sociedad de responsabilidad limitada

La sociedad de responsabilidad limitada, la cual se conforma por dos socios como mínimo, en donde cada uno de ellos aporta su patrimonio a cambio de un valor determinado de participación. El capital social posteriormente puede ser traspasado a una sola persona. Esta figura requiere la existencia de un(a) gerente, el cual posee la representación judicial y extrajudicial de la sociedad.

Para la sociedad de responsabilidad limitada la forma de representar el capital social son las cuotas nominativas y solo puede realizarse en moneda nacional. Se debe definir el número de cuotas que conforman el capital social, así como también su distribución. Existe siempre un derecho de preferencia frente a los otros cuotistas que debe de respetarse si las cuotas quieren transferirse a otra persona. Es decir, las cuotas no pueden ser cedidas a terceros si no es con el consentimiento previo y expreso de la unanimidad de los socios. Entre otros requisitos también debe definirse, el domicilio, el objeto social y el plazo.

4.3.2 Tramite de uso de suelo.

Una vez definida la estructura bajo la que operara el establecimiento se debe iniciar con el trámite de uso de suelos, el cual se tramite ante la municipalidad del cantón donde se ubicara el comercio, en este caso la municipalidad de Goicochea, el trámite tarda en promedio ocho días hábiles desde el momento de la solicitud hasta la obtención final del certificado. El trámite es gratuito, sin embargo, se debe considerar los costos de las copias y certificaciones requeridas para el trámite. Se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Formulario completo de solicitud de licencias urbanas o certificado de uso de suelo: este formulario se otorga en la municipalidad o puede ser encontrado en línea en el sitio web de la municipalidad.
- Plano catastrado del espacio físico donde se ubicará el negocio, el cual sería alquilado (normalmente se solicita el original y 3 copias)
- Número de folio real del terreno (número de finca en registro) y certificación de propiedad.
- Copia vigente de personería jurídica o autorización de la persona que va a realizar el trámite debidamente autenticado.
- Copia del documento de identidad de la persona que realiza el trámite

4.3.3 Inscripción como contribuyente

La sociedad debe inscribirse como contribuyente ante la Dirección General de Tributación en el Ministerio de Hacienda a través del portal electrónico denominado Administración Tributaria Virtual para lo cual dispone de una plataforma tecnológica, a la que puede acceder por medio del siguiente enlace: <https://www.hacienda.go.cr/ATV/Login.aspx>. Este trámite es inmediato y no tiene costo.

Se elige al régimen general, en el que el contribuyente debe emitir facturas electrónicas, presentar la declaración del impuesto que le corresponda según sea la actividad económica que desarrolla (incluyendo el Impuesto sobre el valor agregado mensual, Impuesto sobre la renta anual, y cualquier otro impuesto específico) o bien las declaraciones informativas se realizan a través del portal Administración Tributaria Virtual.

Este trámite de inscripción es requerido para todas las personas que realicen una o más actividades económicas. Es requisito indispensable que toda persona emprendedora debe considerar para poder desarrollar cualquier tipo de actividad lucrativa, y le permitirá emitir comprobantes autorizados (facturas o tiquetes electrónicos) por las ventas realizadas y/o por los servicios prestados. A continuación, se detallan el requisito único:

- Llenar a través del sitio web Administración Tributaria Virtual “ATV” el formulario D-140 "Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario" para ello, considerar tener a mano la siguiente información:

- documento de identificación (cédula nacional o DIMEX),
- Numero de medidor/NISE, o contrato del domicilio fiscal.
- Numero de medidor/NISE, o contrato del domicilio del representante legal según corresponda.
- Debe contar con una dirección de correo electrónico
- Debe conocer cuál será el método de facturación

4.3.4 Inscripción en Seguro Social

Como patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la Caja Costarricense del Seguro Social o bien mediante el sitio web www.ccss.sa.cr. Posterior a esta inscripción, se procede a inscribir la empresa que opera o a inscribirse como patrono. La duración de este trámite depende de la coordinación de la fecha de inspección, si aplica.

Es importante considerar que la inscripción como patrono y el aseguramiento de los trabajadores deben realizarse como máximo dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados y además recordar que todos los meses deben hacerse el reporte de los salarios devengados y pagar el monto correspondiente a las cuotas obreras y patronales. Para muchos trámites es requisito estar al día con la Caja Costarricense del Seguro Social por lo que este es un costo importante para tener en cuenta en el manejo de costos de la empresa. Como requisitos se mencionan los siguientes:

- Solicitud de inscripción ante la CCSS como patrono
- Copia de escritura de la constitución de la sociedad.
- Original de la personería jurídica vigente. En caso de persona física, una Copia del documento de identidad
- Recibo de electricidad reciente del lugar donde va a operar el negocio

4.3.5 Permiso sanitario de funcionamiento

Toda persona que planea formalizar una empresa en Costa Rica debe contar con el permiso sanitario de funcionamiento de acuerdo con su actividad. Por la naturaleza del negocio debe ser emitido por el Ministerio de Salud. De esta manera se puede regular y clasificar, con criterios sanitarios y ambientales, la actividad y su incidencia, ya sea directa o indirecta en la salud de las personas y el contexto inmediato. Este trámite tiene como máxima duración siete días. El costo para MIPYMES y emprendedores es de veinte dólares. Como requisitos se mencionan los siguientes:

- Formulario unificado de solicitud del permiso sanitario de funcionamiento
- Declaración jurada
- Copia del comprobante de pago se servicios
- Copia de la cédula de identidad o de residencia del responsable legal. En el caso de personas jurídicas se debe presentar certificación registral de la personería jurídica vigente, la cual se puede obtener en el siguiente acceso: (<https://www.rnpdigital.com/shopping/login.jspx>)
- Certificado de uso de suelo

- Estar inscrito y estar al día con la Caja Costarricense del Seguro Social sea como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades

4.3.6 Pólizas obligatorias

La póliza de riesgos del trabajo protege a los patronos y trabajadores en caso de accidentes durante la actividad laboral. Debe reportarse la planilla en forma mensual y las entradas y salidas de empleados tan pronto como ocurran; ambos en forma digital. El trámite tarda cinco días hábiles y el costo equivale a un monto que se paga como un porcentaje de los salarios estimados con base en la planilla inicial. Depende del sector y se estima con base en la siniestralidad histórica (nivel de riesgo asociado al tipo de actividad). Usualmente va a variar entre un 1 y un 3.5%. Dependiendo del estimado puede pagarse en forma anual, semestral o trimestral con pequeños recargos conforme se divide el monto. Cabe recordar que esta póliza no tiene periodo de gracia y tiene cierres anuales de ajuste por parte de la institución. Como requisitos se mencionan los siguientes:

- Presentar solicitud completa.
- Lista de trabajadores que indique su nombre, número de identificación, puesto que ocupa, monto del salario mensual y forma de pago.
- Para las personas jurídicas debe añadirse la personería jurídica y copia de la identificación de quien firma la solicitud.

4.3.7 Patente Municipal

Cualquier actividad lucrativa requiere una patente (o licencia) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. El trámite y requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otra municipalidad, conforme a su legislación y disposiciones administrativas.

Para la presente propuesta se detallan los requisitos de la municipalidad de Goicochea para la obtención de patentes, estos fueron consultados en persona en la ventanilla del departamento de dirección tributaria y patentes ante el funcionario a cargo:

- Llenar boleta municipal
- Copia de documento de identificación (cedula de identidad o DIMEX)
- Fotocopia del contrato de arrendamiento con la respectiva patente comercial para la actividad (formulario único para solicitudes nuevas)
- Certificación de impuesto al día del dueño del inmueble y el interesado
- Certificado de estar al día con la caja
- Copia de permiso de funcionamiento del ministerio de salud
- Copia de pago de póliza
- Copia de resolución del suelo
- Cualquier otro permiso, autorización o aprobación de organización o ente que sean necesarios.

El trámite tiene una duración de cinco a diez días hábiles y el costo se calcula de acuerdo con las características del negocio (industria, fecha de inscripción como contribuyente, tamaño de la propiedad).

4.3.8 Registro de marca o nombre comercial

No es un trámite obligatorio, sin embargo, registrar la marca o el nombre comercial es altamente recomendado para garantizar el correcto desarrollo mediático y legal de una empresa. Este trámite evita que otros negocios o proyectos se beneficien del nombre y el prestigio de su marca, y al mismo tiempo se vuelve una herramienta para validar ese nombre y saber si hay alguna otra marca registrada que pudiera confundirse. El trámite tarda aproximadamente seis meses, el costo es de cincuenta dólares por cada clase o categoría de producto o servicio, adicional a las publicaciones en los edictos de La Gaceta y los timbres. Se detallan los requisitos:

- Previo a la presentación de la solicitud de inscripción al Registro de la Propiedad Industrial, debe hacerse un estudio de novedad o antecedentes registrales para determinar si existen distintivos iguales o similares que se hayan registrado y, se encuentren vigentes en la misma clase.
- Para la solicitud, se debe llevar el formulario respectivo firmado por el solicitante o por un representante siempre y cuando la firma sea autenticada por notario.
- Este trámite puede realizarse sin necesidad de un abogado, aunque lo más común es solicitar el servicio de uno (costo aproximado 300 a 400 dólares estadounidenses correspondiente al trámite y honorarios).

4.3.9 Apertura de cuentas bancarias

Una vez que todo el negocio está bajo los requerimientos legales para operar, es importante gestionar la apertura de cuentas bancarias en la institución financiera de su preferencia. Este es un paso que varía mucho en duración, costo y éxito dependiendo de la institución seleccionada y del tipo de actividad del emprendimiento.

Como requisitos se mencionan los siguientes:

- Estados financieros o certificación emitida por un contador público autorizado con la proyección de ingresos y egresos.
- Personería jurídica vigente a la fecha
- Copia de la cédula del representante legal
- Fondo de requisito mínimo para apertura de cuentas (varía dependiendo del tipo de cuenta)

4.3.10 Solicitud de datafono

La reciente reforma fiscal cuyas modificaciones entrarán a regir a partir del 1 de julio del año 2019 trae consigo cambios importantes para tener en cuenta al realizar una actividad comercial. Uno de esos cambios, es la obligación a toda persona física o jurídica que realice una actividad comercial de productos o servicios de contar con medios para aceptar pago electrónico, es decir con tarjetas de crédito y débito. El contar con datafono es una de las mejores opciones para cumplir con esta nueva

norma. Este trámite puede tardar quince días hábiles y el costo depende de la institución y de si lo solicita una persona física o jurídica.

4.3.11 Registro PYME (Registro Emprendedor)

El registro emprendedor no tiene ningún costo y voluntario. Es un proceso sencillo donde el empresario inscribe su negocio para recibir una serie de beneficios, entre los cuales está la exoneración del pago de impuesto a la persona jurídica. El trámite se realiza ante el Ministerio de Economía Industria y Comercio o de manera digital en el siguiente acceso: www.siec.go.cr, tarda cinco días y es gratuito, se describen a continuación sus requisitos:

- Completar el formulario (que es una declaración jurada “solicitud de inscripción al registro PYME”)
- Presentar al menos dos de los siguientes documentos: fotocopia de la última declaración del Impuesto sobre la Renta del último período fiscal (formulario D-101 ó D-105), fotocopia de la planilla presentada ante la Caja Costarricense y de Seguro Social o comprobante de trabajador independiente según sea el caso.
- Fotocopia del pago de la póliza de riesgos del trabajo (último recibo cancelado vigente y que contenga la fecha).

Una vez se haya cumplido con todos estos requisitos, es importante mencionar los aspectos tributarios que conlleva el funcionamiento del negocio de comida keto que se propone.

4.3.12 Impuestos

Como se menciona en las definiciones, los impuestos son el medio de financiación de los servicios públicos. Estos pagos obligatorios son exigidos tanto a personas físicas, como a personas jurídicas.

La colecta de impuestos es la forma que tiene el Estado para la obtención de recursos para el desarrollo de sus funciones.

La Dirección General de Tributación del Ministerio de Hacienda administra veinte tipos de impuestos, los cuales en su mayoría son impuestos específicos, creados para un fin determinado.

Dependiendo de la actividad económica que vaya a desarrollar el emprendedor, los impuestos que debe considerar en su etapa inicial tras formalizarse son:

- Impuesto sobre las utilidades
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Impuesto único sobre las rentas percibidas sobre el trabajo –
- Impuesto al salario
- Impuesto a las sociedades
- Timbre de educación y cultura

4.3.13 Comprobantes electrónicos

Los comprobantes electrónicos respaldan la venta de bienes y la prestación de servicios. En el caso de la factura electrónica el comprobante es electrónico, y debe de ser generado, expresado y transmitido en formato electrónico en el mismo acto de la compra y venta, o prestación del servicio.

El uso de la factura electrónica se permite desde hace más de 10 años en Costa Rica, pero es hasta octubre del 2016 a través de la Resolución DGT-R-048-2016 que el Ministerio de Hacienda declara obligatorio el uso de este sistema de facturación para contribuyentes. A partir del 2018 se hace obligatorio para la totalidad de contribuyentes.

Quien tribute bajo el régimen de tributación simplificada no está en la obligación de emitir comprobantes electrónicos autorizados por la Dirección General de Tributación, pero en caso de que algún cliente así se lo solicite debe entregar un comprobante para efectos de garantías, conforme a lo que establece el Ministerio de Economía Industria y Comercio. Quien tribute bajo los demás regímenes sí debe de emitir comprobantes electrónicos autorizados por la Dirección General de Tributación regularmente.

4.4 ESTUDIO FINANCIERO

El desarrollo de este análisis es de gran importancia en la presente investigación, pues este indicara si el proyecto es financieramente viable, el mismo está compuesto por cálculos que van desde la proyección en ventas para cada año, cálculo de costos directos e indirectos asociados, inversión inicial, cálculo de la depreciación, se proyectan los flujos de efectivo, se calcula la cuota de un posible préstamo, además se resalta el uso del valor actual neto y tasa de retorno de la inversión como las principales herramientas cuando se requiere determinar la viabilidad de un proyecto.

Es de esta manera que se cumple con el alcance de uno de los objetivos específicos. Evaluar financieramente el negocio para verificar su factibilidad en el periodo del primer cuatrimestre del 2020 en Guadalupe, parte de este análisis se realiza haciendo

proyecciones en un horizonte de cinco años, periodo de tiempo que se considera ideal para el desarrollo de un negocio y el establecimiento en el mercado, además de las proyecciones se toma en cuenta los incrementos anuales basados principalmente en la tasa de inflación y otros factores que obedecen a leyes y normativas vigentes en Costa Rica.

Este modelo financiero utiliza la estructura de las hojas de cálculo de Excel, en ellas proporciona la información básica necesaria para explicar las proyecciones financieras ejecutadas, este archivo incluye como referencia los datos brindados por los proveedores potenciales, se incluyen los principales parámetros, fórmulas y cálculos que los respaldan.

El Libro Excel realizado consta de dieciséis hojas de cálculo, las cuales se distribuyen de la siguiente manera: 1. Resumen; 2 Escenario Normal; 3. Flujo Resumido Escenario Normal; 4. Punto Equilibrio Escenario Normal; 5. Análisis Dupont; 6. Escenario Optimista; 7. Flujo Resumido Escenario Optimista; 8. Punto de Equilibrio Escenario Optimista; 9. Escenario Pesimista; 10. Flujo Resumido Pesimista; 11. Punto de Equilibrio Pesimista; 12. Tasa de Redescuento; 13. Tabla de Amortización financiera; 14. Tabla de Depreciación; 15. Tabla de Inversión Inicial; 16. Cálculo Salarial.

Cada hoja de cálculo de Excel se estructura para brindar los datos básicos para proceder a las proyecciones financieras realizadas, las cuales quedan resumidas en la primera hoja de cálculo para un mejor control sobre el comportamiento del análisis financiero y dar una interpretación posterior si la propuesta es razonablemente aceptable.

4.4.1 Resumen de las Proyecciones Financieras

A manera de lograr un mejor entendimiento se diseñó una hoja de cálculo llamada “1. Resumen” la cual muestra los factores financieros más destacados que comprueban que es viable el proyecto, entre ellos se menciona la inversión inicial, como el monto necesario para iniciar operaciones. Además de brindar información relacionada con los ingresos del proyecto, los costos fijos variables de operación, los gastos proyectados.

4.4.2 Plan de Inversiones

El estudio técnico administrativo y legal proporciona la información necesaria para obtener un monto total de la inversión inicial, es esta sección se procede a realizar la consulta a las instituciones del estado que tienen relación directa con el desarrollo del comercio, principalmente la municipalidad, ministerio de salud, ministerio economía industria y comercio, registro civil, además de la consulta a personas profesionales en derecho y notariado, administradores y finalmente pequeños emprendedores en conjunto con proveedores de la escena gastronómica en la zona de Guadalupe. A partir de esta consulta se determinan algunos costos fijos y variables.

Como resultado la inversión inicial de este proyecto es de ¢ 19.267.433,68 el cual incluye; costos por equipos, centro de suministro, legalizaciones y mercadeo. Los costos fijos son aquellos que están involucrados con la administración y apoyo al funcionamiento del negocio, también conocido como gastos operacionales y administrativos. Se detalla en la siguiente tabla la conformación de la inversión inicial:

Tabla numero 13 La inversión inicial

Inversión Inicial		
Activos no corrientes		
	Mobiliario y equipo de cocina	₺ 2,917,560.00
	Romodelacion de local	₺ 2,275,000.00
	Total de activos no corrientes	₺ 5,192,560.00
Activos corrientes		
	Constitucion de sociedad anonima	₺ 175,000.00
	Patente comercial	₺ 60,000.00
	Poliza de riesgos de trabajo	₺ 86,520.00
	Registro de nombre y marca comercial	₺ 29,200.00
	Suministros de empaque inventario	₺ 179,320.00
	Suministros de limpieza	₺ 505,745.00
	Suministros de limpieza	₺ 198,229.52
	Total de activos corrientes	₺ 1,234,014.52
Capital de Trabajo		
	Aproviciamiento Administrativo	₺ 12,840,859.16
	Total de capital de trabajo	₺ 12,840,859.16
Total de Inversion inicial		₺ 19,267,433.68

Fuente: elaboración propia,2020

4.4.3. Proyección de Ventas.

Para poder estimar los costos de la materia prima, mano de obra, costos variables y costos fijos es necesario realizar una proyección de las ventas que se tendrá de los productos a ofrecer por parte de Keto Lovers. Con el análisis se plantean las proyecciones sobre tres escenarios hipotéticos, con el fin de realizar comparaciones entre escenarios, esta variable realmente sensible dado que lo que se busca es optimizar la rentabilidad bajo un escenario con el menor riesgo asociado.

Una vez definido el precio que en promedio tendrá cada producto ofrecido, se requiere realizar la proyección en ventas, en la que se considera un incremento anual de 10 % para los próximo cinco años, de manera tal que se reflejen los posibles ingresos, como

consecuencia del estudio de mercado se determinó un precio de tres mil colones para cada producto.

Tabla numero 14 La proyección de ventas.

Ingresos anuales					
Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de platillos por semana	335	369	405	445	490
Ingresos anuales	₡52,260,000.00	₡57,486,000.00	₡63,180,000.00	₡69,420,000.00	₡76,365,000.00
Total de Ingresos	₡52,260,000.00	₡57,486,000.00	₡63,180,000.00	₡69,420,000.00	₡76,365,000.00

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.4 Política salarial

Como parte de los gastos asociados al negocio Keto Lovers S.A están los salarios, los cuales representa los salarios mínimos por categoría según el ministerio de trabajo a través de su sitio web, posteriormente se realizan los cálculos correspondientes a las cargas sociales y se consideran además los aumentos semestrales establecidos según el marco laboral costarricense. Se presentan en la siguiente tabla los salarios correspondientes a cinco años.

Tabla numero 15 Incremento salariales proyectados

Incrementos salariales proyectados						
Puesto Laboral	Mensuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajero	₡ 349,623.39	₡ 4,195,480.68	₡ 4,258,412.89	₡ 4,322,289.08	₡ 4,387,123.42	₡ 4,452,930.27
Cocinero	₡ 344,130.00	₡ 4,129,560.00	₡ 4,191,503.40	₡ 4,254,375.95	₡ 4,318,191.59	₡ 4,382,964.46
Ayudante de cocina	₡ 337,920.00	₡ 4,055,040.00	₡ 4,115,865.60	₡ 4,177,603.58	₡ 4,240,267.64	₡ 4,303,871.65
Salonero	₡ 310,740.00	₡ 3,728,880.00	₡ 3,784,813.20	₡ 3,841,585.40	₡ 3,899,209.18	₡ 3,957,697.32
Total Salario Bruto	₡ 1,342,413.39	₡ 16,108,960.68	₡ 16,350,595.09	₡ 16,595,854.02	₡ 16,844,791.83	₡ 17,097,463.70
Cargas sociales 3.84%	₡ 51,548.67	₡ 618,584.09	₡ 627,862.85	₡ 637,280.79	₡ 646,840.01	₡ 656,542.61

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.5 Plan de operaciones-costos

El plan de operaciones y costos busca establecer una estructura que tome en cuenta los insumos necesarios para llevar a cabo la producción de los platillos que se ofrecerán en el negocio, toma en cuenta el cálculo de los costos fijos y variables basados en un estudio de precios en el mercado.

Como primer paso se realiza un cálculo de costos variables y fijos para los primeros seis meses de operación del negocio, lo cual conforma el capital de trabajo necesario para operar, es de suma importancia este cálculo debido a que los flujos de efectivo en un inicio muestran signo negativo y se requiere de alguna forma para cubrir el desfase entre ingresos y egresos propio de esta fase del proyecto.

Seguidamente se muestra la tabla de costos fijos de operación para los próximos seis meses, por ser un periodo corto no presenta aumentos porcentuales significativos.

Tabla numero 16 Costos fijos de operación primeros seis meses

Costos fijos operación de los primeros 6 meses						
Costos fijos periodicos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Electricidad	₡ 85,000.00	₡ 85,000.00	₡ 85,000.00	₡ 85,000.00	₡ 85,000.00	₡ 85,000.00
Gas L.P	₡ 28,000.00	₡ 28,000.00	₡ 28,000.00	₡ 28,000.00	₡ 28,000.00	₡ 28,000.00
Agua	₡ 15,000.00	₡ 15,000.00	₡ 15,000.00	₡ 15,000.00	₡ 15,000.00	₡ 15,000.00
Telefono e internet	₡ 22,000.00	₡ 22,000.00	₡ 22,000.00	₡ 22,000.00	₡ 22,000.00	₡ 22,000.00
Salarios	₡ 1,342,413.39	₡ 1,342,413.39	₡ 1,342,413.39	₡ 1,342,413.39	₡ 1,342,413.39	₡ 1,342,413.39
Cargas sociales	₡ 51,548.67	₡ 51,548.67	₡ 51,548.67	₡ 51,548.67	₡ 51,548.67	₡ 51,548.67
Patente	₡ 20,000.00	₡ 20,000.00	₡ 20,000.00	₡ 20,000.00	₡ 20,000.00	₡ 20,000.00
Alquiler del local	₡ 250,000.00	₡ 250,000.00	₡ 250,000.00	₡ 250,000.00	₡ 250,000.00	₡ 250,000.00
Provisiones	₡ 297,341.13	₡ 297,341.13	₡ 297,341.13	₡ 297,341.13	₡ 297,341.13	₡ 297,341.13
Poliza de riesgo	₡ 28,840.00	₡ 28,840.00	₡ 28,840.00	₡ 28,840.00	₡ 28,840.00	₡ 28,840.00
Total de costos fijos	₡ 2,140,143.19	₡ 2,140,143.19	₡ 2,140,143.19	₡ 2,140,143.19	₡ 2,140,143.19	₡ 2,140,143.19

Fuente: Elaboración propia, 2020

Ahora bien, la proyección de los costos fijos de operación a cinco años se basa en un crecimiento anual de 5% para la mayoría de los rubros, con excepción de los salarios y las cargas sociales las cuales se establece un crecimiento del 3% con base a un posible porcentaje de aumento salarial para los próximos años y por último un aumento del 10% para el rubro de alquiler del local.

Con respecto al comportamiento anualizado es de 0 a 5 años, las estructuras de costos fijos de la operación muestran tasas de crecimiento entre 3,45%, 3,49%, 3,54% y 3,60%, los rubros que inciden en este comportamiento son los salarios, cargas sociales, alquiler y las provisiones.

Tabla numero 17 Proyección de costos fijos de operación

Costos fijos de operación					
Costos fijos periodicos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	₺ 180,000.00	₺ 189,000.00	₺ 198,450.00	₺ 208,372.50	₺ 218,791.13
Gas L.P	₺ 336,000.00	₺ 352,800.00	₺ 370,440.00	₺ 388,962.00	₺ 408,410.10
Electricidad	₺ 1,020,000.00	₺ 1,071,000.00	₺ 1,124,550.00	₺ 1,180,777.50	₺ 1,239,816.38
Telefono e internet	₺ 264,000.00	₺ 277,200.00	₺ 291,060.00	₺ 305,613.00	₺ 320,893.65
Salarios	₺ 16,108,960.68	₺ 16,592,229.50	₺ 17,089,996.39	₺ 17,602,696.28	₺ 18,130,777.17
Cargas sociales	₺ 618,584.04	₺ 637,141.56	₺ 656,255.81	₺ 675,943.48	₺ 696,221.79
Provisiones	₺ 3,568,093.56	₺ 3,675,136.37	₺ 3,785,390.46	₺ 3,898,952.17	₺ 4,015,920.74
Patente comercial	₺ 240,000.00	₺ 252,000.00	₺ 264,600.00	₺ 277,830.00	₺ 291,721.50
Alquiler del local	₺ 3,000,000.00	₺ 3,300,000.00	₺ 3,630,000.00	₺ 3,993,000.00	₺ 4,392,300.00
Poliza de riesgo de trabajo	₺ 346,080.00	₺ 363,384.00	₺ 381,553.20	₺ 400,630.86	₺ 420,662.40
Credito BNCR	₺ 4,056,025.92	₺ 4,056,025.92	₺ 4,056,025.92	₺ 4,056,025.92	₺ 4,056,025.92
Total de costos fijos	₺ 29,737,744.20	₺ 30,765,917.35	₺ 31,848,321.77	₺ 32,988,803.71	₺ 34,191,540.76
Porcentaje de Aumento		3.45%	3.49%	3.54%	3.60%

Fuente: Elaboración propia, 2020

Además, se consideran los costos variables, que tiene una relación directa con el aumento en la proyección de las ventas, por esto se utiliza el porcentaje de crecimiento

de un 10%. Se detallan los costos variables de operación para los años del primero al quinto.

Tabla numero 18 Proyección de costos variables de operación

Costos variables de operación					
Costos variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de empaque	₡ 2,151,840.00	₡ 2,367,024.00	₡ 2,603,726.40	₡ 2,864,099.04	₡ 3,150,508.94
Iventario de comestibles	₡ 6,068,940.00	₡ 6,675,834.00	₡ 7,343,417.40	₡ 8,077,759.14	₡ 8,885,535.05
Suministros de limpieza	₡ 2,378,754.24	₡ 2,616,629.66	₡ 2,878,292.63	₡ 3,166,121.89	₡ 3,482,734.08
Total de variables	₡ 10,599,534.24	₡ 11,659,487.66	₡ 12,825,436.43	₡ 14,107,980.07	₡ 15,518,778.08

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.6 Plan de Depreciaciones

Los artículos utilizados en restaurante poseen una vida útil variable, desde 5 años a 10 años dependiendo del producto. Después de transcurrido dicho tiempo serán obsoletos y habrá que renovar los artículos. Por tanto, la proyección anual se hará de 10 años, pues se considera como activos de mayor valor el baño maría y la cocina industrial con plancha, seguido de la cámara fría.

Los costos y gastos operaciones sufrirán un aumento a partir del segundo año. Este aumento es propio de los reajustes que realizan las empresas a sus servicios cada año. Dado que se desconoce el tamaño de este reajuste se hará el supuesto que el aumento será de un 5% Se mantendrá un escenario estable a lo largo del periodo de estudio.

El Impuesto sobre la Renta (IR) aplicado a empresas con una renta anual positiva, siendo el margen de aceptación de variante del 10,00% al 30,00% según dicta la legislación tributaria y las directrices que emite el Ministerio de Hacienda.

Tabla numero 19 Depreciación de activos fijos

Depreciación de activos fijos											
Activos fijos	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cocina industrial con plancha	€ 325,000.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00	€ 32,500.00
Camara vertical puerta de vidrio	€ 350,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00
Mesa de trabajo acero inoxidable	€ 130,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00	€ 13,000.00
Baño maria tipo exhibicion	€ 400,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00
Licudadora mediana	€ 29,000.00	€ 4,142.86	€ 4,142.86	€ 4,142.86	€ 4,142.86	€ 4,142.86	€ 4,142.86	€ 4,142.86	-	-	-
Sarten electrico	€ 25,000.00	€ 3,571.43	€ 3,571.43	€ 3,571.43	€ 3,571.43	€ 3,571.43	€ 3,571.43	€ 3,571.43	-	-	-
Fregadero acero inoxidable	€ 250,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00	€ 25,000.00
Freidora de dos canastas	€ 185,000.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00	€ 18,500.00
Estanteria de acero inoxidable	€ 115,000.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00	€ 11,500.00
Mesas pequeñas (4 unidades)	€ 88,000.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00	€ 8,800.00
Sillas de metal (16 unidades)	€ 160,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00	€ 16,000.00
Computadora portatil Dell	€ 310,000.00	€ 44,285.71	€ 44,285.71	€ 44,285.71	€ 44,285.71	€ 44,285.71	€ 44,285.71	€ 44,285.71	-	-	-
Impresora	€ 35,000.00	€ 5,000.00	€ 5,000.00	€ 5,000.00	€ 5,000.00	€ 5,000.00	€ 5,000.00	€ 5,000.00	-	-	-
Mueble del mostrador	€ 220,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00	€ 22,000.00
Total de la depreciación	€ 2,622,000.00	€ 279,300.00	€ 279,300.00	€ 279,300.00	€ 279,300.00	€ 279,300.00	€ 279,300.00	€ 279,300.00	€ 222,300.00	€ 222,300.00	€ 222,300.00

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.7 Flujo de efectivo

El flujo de efectivo cumple la función primordial de determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo y poder cumplir con las obligaciones y con los proyectos de inversión o de expansión si así se desea, Se proyecta el flujo de efectivo a cinco años, periodo de tiempo que es considera como el estimado de vida útil del proyecto, sin embargo esto no quiere decir que el negocio vaya a terminar al cumplir dicho periodo, De acuerdo con las finanzas, aunque los proyectos se estimen ser planificados por periodos largos, el análisis de factibilidad se suele hacer por periodos cortos, ya que es la mejor manera de poder predecir la rentabilidad del mismo.

El flujo de efectivo se muestra positivo a partir del segundo año, lo cual a simple vista se muestra atractivo. Este dato debe ser ajustado una vez que se descuenten los flujos futuros al presente, es decir el análisis del Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno que se presentaran más adelante.

Tabla numero 20 Flujo de efectivo proyectado a 5 años

Flujo de efectivo proyectado a 5 años						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	₡ 19,267,433.68					
Ingresos						
Ingresos		₡ 52,260,000.00	₡ 57,486,000.00	₡ 63,254,600.00	₡ 69,558,060.00	₡ 76,513,866.00
Amortización de Deuda		₡ 1,389,517.48	₡ 1,601,773.12	₡ 1,846,451.86	₡ 2,128,506.48	₡ 2,453,646.34
Ahorro impositivo derivado de la amortización		₡ 138,951.75	₡ 160,177.31	₡ 184,645.19	₡ 212,850.65	₡ 245,364.63
Ingresos totales		₡ 52,398,951.75	₡ 57,646,177.31	₡ 63,439,245.19	₡ 69,770,910.65	₡ 76,759,230.63
Utilidad bruta		₡ 52,398,951.75	₡ 57,646,177.31	₡ 63,439,245.19	₡ 69,770,910.65	₡ 76,759,230.63
Costos fijos						
Agua		₡ 180,000.00	₡ 189,000.00	₡ 198,450.00	₡ 208,372.50	₡ 218,791.13
Gas L.P		₡ 352,800.00	₡ 370,440.00	₡ 388,962.00	₡ 408,410.10	
Electricidad		₡ 1,020,000.00	₡ 1,071,000.00	₡ 1,124,550.00	₡ 1,180,777.50	₡ 1,239,816.38
Teléfono e internet		₡ 264,000.00	₡ 277,200.00	₡ 291,060.00	₡ 305,613.00	₡ 320,893.65
Salarios		₡ 16,108,960.68	₡ 16,592,229.50	₡ 17,089,996.39	₡ 17,602,696.28	₡ 18,130,777.17
Cargas Sociales		₡ 618,584.04	₡ 637,141.56	₡ 656,255.81	₡ 675,943.48	₡ 696,221.79
Póliza de riesgos del trabajo		₡ 346,080.00	₡ 363,384.00	₡ 381,553.20	₡ 400,630.86	₡ 420,662.40
Alquiler del local		₡ 3,000,000.00	₡ 3,300,000.00	₡ 3,630,000.00	₡ 3,993,000.00	₡ 4,392,300.00
Patente comercial		₡ 240,000.00	₡ 252,000.00	₡ 264,600.00	₡ 277,830.00	₡ 291,721.50
Provisiones		₡ 3,568,093.56	₡ 3,675,136.37	₡ 3,785,390.46	₡ 3,898,952.17	₡ 4,015,920.74
Cuota Credito BNCR		₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92
Total de costos fijos		₡ 29,754,544.20	₡ 30,783,557.35	₡ 31,866,843.77	₡ 33,008,251.81	₡ 33,783,130.66
Costos variables						
Suministros de empaque		₡ 2,151,840.00	₡ 2,367,024.00	₡ 2,603,726.40	₡ 2,864,099.04	₡ 3,150,508.94
Inventario de Comestibles		₡ 6,068,940.00	₡ 6,675,834.00	₡ 7,343,417.40	₡ 8,077,759.14	₡ 8,885,535.05
Suministros de limpieza		₡ 2,378,754.24	₡ 2,616,629.66	₡ 2,878,292.63	₡ 3,166,121.89	₡ 3,482,734.08
Total de costos variables		₡ 10,599,534.24	₡ 9,292,463.66	₡ 10,221,710.03	₡ 11,243,881.03	₡ 12,368,269.14
Total de costos		₡ 40,354,078.44	₡ 40,076,021.01	₡ 42,088,553.80	₡ 44,252,132.84	₡ 46,151,399.80
(-) Depreciación		₡ 279,300.00	₡ 279,300.00	₡ 279,300.00	₡ 279,300.00	₡ 279,300.00
(=) UAI Utilidad antes de impuestos e intereses		₡ 11,765,573.31	₡ 17,290,856.30	₡ 21,071,391.38	₡ 25,239,477.80	₡ 30,328,530.84
(-) Gasto por impuestos		₡ 1,176,557.33	₡ 1,729,085.63	₡ 2,107,139.14	₡ 2,523,947.78	₡ 6,065,706.17
(-) Intereses		₡ 1,389,517.48	₡ 1,601,773.12	₡ 1,846,451.86	₡ 2,128,506.48	₡ 2,453,646.34
(=) Utilidad neta		₡ 9,199,498.50	₡ 15,561,770.67	₡ 18,964,252.25	₡ 22,715,530.02	₡ 24,262,824.67
(+) Depreciación		₡ 279,300.00	₡ 279,300.00	₡ 279,300.00	₡ 279,300.00	₡ 279,300.00
(=) Flujo neto de efectivo	-₡ 19,267,433.68	₡ 9,478,798.50	₡ 15,841,070.67	₡ 19,243,552.25	₡ 22,994,830.02	₡ 24,542,124.67
Tasa de Redescuento	14%	14%	14%	14%	14%	14%
Factor de descuento a esa tasa	1.00	0.88	0.77	0.67	0.59	0.52
VAN	₡ 40,586,536.82					
TIR	71%					
PERIODO DE RECUPERACION	1 año					

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.8 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se refiere a la cantidad mínima de producto tanto en unidades como en colones que la empresa debe de vender para poder cubrir únicamente sus costos fijos y variables. Es decir, cuando se llega al punto de equilibrio no se obtiene ni ganancias ni pérdidas, los ingresos son exactamente igual a los egresos. Las fórmulas utilizadas para el cálculo son las siguientes:

Formula No 1

$$\begin{array}{l} \text{P.E} \\ \text{Ventas=} \end{array} \frac{\text{CF}}{\frac{1-\text{CVT}}{\text{VT}}}$$

Formula N°2

$$\begin{array}{l} \text{P.E.} \\ \text{Unidades} \end{array} \frac{\text{CF}}{\text{PVq}-\text{CVq}}$$

Donde CF: Costos Fijos, CVT: Costos Variables Totales, VT: Ventas Totales, PVq: Precio Venta unitario, CVq: Costo Variable unitario. Se presenta en la siguiente tabla el punto de equilibrio en ventas y en unidades para el escenario normal.

Tabla numero 21 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio en colones	₡ 37,303,819.91	₡ 38,593,587.74	₡ 39,960,170.97	₡ 41,402,985.40	₡ 42,912,064.68
Precio primerio platillo	₡ 3,000.00	₡ 3,120.00	₡ 3,432.00	₡ 3,775.20	₡ 4,152.72
Cabtidad de platillos vendidos por año	12435	12370	11643	10967	10333
Cantidad de platillos vendidos mensual	1036	1031	970	914	861

Fuente: Elaboración propia, 2020

Se interpreta que el restaurante debe vender como mínimo 12435 platillos para el primer año para poder hacer frente a los costos de operaciones y administrativos. Si comparamos este dato con la tabla de ventas proyectadas anualmente, se observa como este último supera ampliamente el punto de equilibrio, ventas proyectadas ₡52.260.000,00 para el primer año en análisis. Para el quinto año las unidades requeridas por el punto de equilibrio son menor, esto debido a la economía en escala, donde es necesario vender 10333 platillos anualmente.

4.4.9 Análisis de Rentabilidad

En esta sección se utiliza el sistema Dupont para realizar el análisis de rentabilidad, ya que integra y combina los principales indicadores financieros con la finalidad de medir la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos, así como capital de trabajo y su nivel de apalancamiento. Dupont es una de las razones financieras de rentabilidad más importantes en el análisis el desempeño económico y operativo de una empresa.

Las variables de activos, capital y apalancamiento son de gran importancia pues ellas generan el crecimiento económico de la empresa. Se realiza un supuesto sobre la existencia de una buena circulación de los activos, este efecto debería obtenerse en la rentabilidad, de tal manera que los costos financieros asumidos para el proyecto puedan soportar el desarrollo sus operaciones, en este caso, por ser una empresa tipo pymes se puede obtener hasta el 100,00% de financiamiento, donde no se contaría con el costo capital si no que se genera un apalancamiento total.

Este análisis de rentabilidad permite medir la capacidad que posee la empresa para generar ingresos en un periodo y permite comparar escenarios de factibilidad que incluyan apalancamiento, se muestra en la siguiente tabla para comprender de mejor manera:

Tabla numero 22 Análisis de rentabilidad Dupont

Análisis Dupont									
Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:	
Activo Fijo	5,192,560.00	Activo Fijo	4,673,304.00	Activo Fijo	4,205,973.60	Activo Fijo	3,785,376.24	Activo Fijo	3,785,376.24
Pasivos	17,877,916.20	Pasivos	16,276,143.08	Pasivos	14,429,691.22	Pasivos	12,301,184.74	Pasivos	9,847,538.40
Patrimonio	93,377.38	Patrimonio	247,476.61	Patrimonio	436,829.72	Patrimonio	663,788.47	Patrimonio	906,153.42
Ventas	52,260,000.00	Ventas	57,486,000.00	Ventas	63,180,000.00	Ventas	69,420,000.00	Ventas	76,365,000.00
Utilidad Neta	9,337,738.49	Utilidad Neta	15,409,922.63	Utilidad Neta	18,935,311.80	Utilidad Neta	22,695,875.06	Utilidad Neta	24,236,494.04
Segundo: Aplicando la fórmula		Segundo: Aplicando la fórmula		Segundo: Aplicando la fórmula		Segundo: Aplicando la fórmula		Segundo: Aplicando la fórmula	
1. Margen de utilidad de ventas en %= (Utilidad neta/Ventas).	17.87%	1. Margen de utilidad de ventas en %= (Utilidad neta/Ventas).	26.81%	1. Margen de utilidad de ventas en %= (Utilidad neta/Ventas).	29.97%	1. Margen de utilidad de ventas en %= (Utilidad neta/Ventas).	32.69%	1. Margen de utilidad de ventas en %= (Utilidad neta/Ventas).	31.74%
2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	10.06	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	12.30	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	15.02	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	18.34	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	20.17
3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	55.61	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	18.88	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	9.63	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	5.70	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	4.18
Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont	
Donde DUPOND es igual a : A*B*C*		Donde DUPOND es igual a : A*B*C*		Donde DUPOND es igual a : A*B*C*		Donde DUPOND es igual a : A*B*C*		Donde DUPOND es igual a : A*B*C*	
100.00%		62.27%		43.35%		34.19%		26.75%	
Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta	

Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 100% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.

Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 62.27% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.

Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 43.35% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.

Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 34.19% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.

Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 26.75% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.

Fuente: Elaboración propia, 2020

Como se aprecia en el primer año del cálculo Dupont arroja 100,00% de rentabilidad, para el segundo año un 62,27% y para el tercer año un 43,35%, para el cuarto año 34,19%, finalmente para el quinto año 26,75%. Para el primer año se genera rentabilidad financiera debido al apalancamiento. Se debe mencionar que para el primer año se refleja un 100% de rentabilidad debido al apalancamiento realizado.

4.4.10 Cálculo de Financiamiento

Para el financiamiento de este proyecto se utilizó como referencia la tasa de interés de mercado para préstamos empresa tipo pymes del Banco Nacional de Costa Rica, las condiciones de préstamo que otorga este banco comercial de orden público, es una tasa pasiva de mercado de 14,30% anual, con un horizonte de pagos a 96 meses, el monto que el banco prestara corresponde al total de la inversión a realizarse, la justificación de ello es debido a la naturaleza emprendedora del negocio.

La cuota para pagar durante todo el plazo otorgado al préstamo será de ₡338.002,16 siempre y cuando se mantengan las condiciones financieras anteriormente descritas. El monto por pagar por concepto de intereses por todo el plazo del préstamo es de ₡ 13. 180.773,69 y para el primer año vale mencionar que es monto corresponde a ₡ 2. 666.508,44. Es favorable ya que, al no existir riesgo por uso de capital propio, la exposición del riesgo la asume el banco al que se eligió para solicitar el préstamo, por lo que genera beneficio en ambas partes.

Tabla numero 23 Amortización del préstamo

Monto del Credito Tasa de interes 14.30% Numero de pagos Pago Mensual					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo principal	₡ 19,267,433.68	₡ 17,844,916.20	₡ 16,276,143.08	₡ 14,429,691.22	₡ 1,230,184.74
Cuota anual	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92	₡ 4,056,025.92
Interes	₡ 2,666,508.44	₡ 2,454,252.80	₡ 2,209,574.06	₡ 1,927,519.44	₡ 1,602,379.58
Amortizacion	₡ 1,389,517.48	₡ 1,601,773.12	₡ 1,846,451.86	₡ 2,128,506.48	₡ 2,453,646.34

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.11 Costo de capital

Para medir la rentabilidad del proyecto se utilizará el método del cálculo del valor actual neto más conocido como VAN. Este cálculo necesita de la tasa interna de retorno TIR. Para efectos de esta investigación debido a que no se tiene riesgo de mercado asociado, se utiliza como tasa de costo de capital, es decir la tasa de interés del banco que nos aprobara el préstamo. Se debe mencionar que tanto las materias primas como el equipo y mobiliario se adquieren en moneda local. La tasa de interés del Banco Nacional de Costa Rica es de 14,30 % anual.

4.4.12 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Como se mencionó anteriormente, al flujo de efectivo se le debe de realizar un ajuste a causa del riesgo que posee los flujos en el futuro. El dinero de los próximos cinco años no tiene el mismo valor hoy, por ello para decidir si esos flujos positivos serán

convenientes y llamativos para invertir en el negocio, se calculará con la tasa de descuento que se indica antes.

La tabla siguiente muestra los cálculos financieros, mismos donde se puede observar a detalle del cálculo del Valor Actual Neto y de la Tasa Interna de Retorno. Fue necesario agregar la depreciación de los activos en el tiempo para dicho cálculo. Los activos no se liquidan, su contabilización es necesaria para poder calcular el valor de la empresa.

El proyecto ofrece una rentabilidad positiva, pues brinda un Valor Actual Neto mayor a cero en este caso de ¢ 40.050.352,62 lo que da como resultado utilidad a la empresa, pues genera más que el monto necesario para el retorno de capital invertido al proyecto. La Tasa Interna de Retorno, es un indicador que define la tasa de descuento en la que el Valor Actual Neto se hace cero. En términos simples, es la tasa de interés máxima a la que es posible endeudarse para financiar el proyecto, sin que genere pérdidas. La TIR obtenida es del 71%, lo que hace ver que se recibirá un porcentaje aceptable y atractivo como retorno de la inversión del proyecto.

4.4.13 Análisis de Sensibilidad y Escenarios

Para comprobar la rentabilidad del proyecto se generaron los análisis de sensibilidad y escenarios y la posible respuesta del proyecto ante fluctuaciones en variables críticas que afectan directamente el VAN y el TIR. Los ingresos para el proyecto son variables, por lo tanto, esta será la variable por sensibilizar para determinar el comportamiento de las ventas y su efecto sobre el VAN y TIR bajo un escenario pesimista y otro optimista.

4.4.14 El Primer escenario es el estresado: Bajan las ventas en un 50%

Para este escenario las ventas bajan alrededor de un 50% bajo el supuesto que el mercado responde solo al 80% de la proyección de ventas normales, manteniéndose estable a lo largo del periodo de análisis de los cinco años. En este escenario el proyecto sigue siendo rentable pues se obtiene un Valor Actual Neto mayor a cero por $\text{€}26.199.306,87$ y la Tasa Interna de Retorno positiva de 58 %, con un periodo de recuperación de la inversión a dos años.

Como parte del escenario pesimista la tasa de costo capital se ajusta a 4 puntos porcentuales a partir del segundo año, obteniendo como resultado un escenario estresado tal y como se muestra en la siguiente tabla

Tabla numero 24 Calculo del VAN escenario estresado

Calculo del VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de capital	14.30%	14.30%	18.30%	18.30%	18.30%	18.30%
Factor de descuento a esa tasa	1.00	0.87	0.71	0.18	0.51	0.43
VAN de la inversion	26199306.87					
TIR	58%					
Periodo de recuperacion	2 años					

Fuente: Elaboración propia, 2020

Tal como se mencionó anteriormente en este escenario las ventas disminuirán hasta el punto crítico de verse afectados los ingresos anuales del negocio, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla numero 25 Ingreso anuales escenario estresado

Ingresos anuales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta semanal	335	369	405	445	490
Ingresos anuales	₡ 52,260,000.00	₡ 57,486,000.00	₡ 63,254,600.00	₡ 69,558,060.00	₡ 76,513,866.00

Fuente: Elaboración propia, 2020

Se considera necesario estimar para este escenario el punto de equilibrio, el cual a pesar de las condiciones negativa es rentable. En la siguiente tabla se muestra su cálculo.

Tabla numero 26 Punto de equilibrio para escenario estresado

Punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio en colones	₡ 45,605,694.71	₡ 49,722,350.41	₡ 48,586,140.36	₡ 54,644,398.21	₡ 50,166,923.18
Precio promedio	₡ 3,000.00	₡ 350.00	₡ 3,465.00	₡ 3,811.50	₡ 4,192.65
Cantidad de helados por año	₡ 15,201.00	₡ 15,784.87	₡ 14,021.97	₡ 14,336.72	₡ 11,965.45
Cantidad de helados por semana	1,267	1,315	1,168	1,195	997

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.15 Segundo escenario optimista: Aumento en las ventas de en un 50%

Este escenario de sensibilidad parte del supuesto de un incremento en el volumen de demanda de los platillos lo cual genera un incremento en las ventas de casi el 50%. En estas condiciones el proyecto es altamente rentable pues se obtiene un VAN ₡ 119.639.438,82 con una TIR del 167% y logrando la recuperación en un año, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla numero 27 Calculo del VAN escenario optimista

Calculo del VAN						
	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Tasa de Redescuento	14.30%	14.30%	14.30%	14.30%	14.30%	14.30%
Factor de descuento a esa tasa	1.00	0.87	0.77	0.00	0.59	0.51
VAN de la inversión	119,639,438.82					
TIR	167%					
Periodo de recuperacion	1 Año					

Fuente: Elaboración propia, 2020

De la misma manera que en el escenario pesimista, los ingresos muestran variación por lo que es necesario mostrar el comportamiento de esta sensible variable, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla numero 28 Ingresos anuales escenario optimista

Ingresos anuales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta semanal	503	554	608	667	735
Ingresos anuales	₺ 78,468,000.00	₺ 86,424,000.00	₺ 94,848,000.00	₺ 104,052,000.00	₺ 114,660,000.00

Fuente: Elaboración propia, 2020

El cambio generado en los ingresos anuales en el escenario optimista causa que se registre un cambio en el punto de equilibrio para cada año de análisis del proyecto. Para ello se muestra la siguiente tabla:

Tabla numero 29 Punto de equilibrio para el escenario optimista

Punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio en colones	₡ 33,456,478.04	₡ 34,066,625.82	₡ 35,512,389.72	₡ 38,385,651.81	₡ 44,371,315.74
Precio promedio	₡ 1,200.00	₡ 1,260.00	₡ 1,386.00	₡ 1,524.60	₡ 1,677.06
Cantidad de helados por año	₡ 27,880.40	₡ 27,037.00	₡ 25,622.21	₡ 25,177.52	₡ 26,457.80
Cantidad de helados por semana	2,323	2,253	2,135	2,098	2,205

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.16 Comparación de los tres escenarios presentados del proyecto

Se muestra que, pese a la disminución en la cantidad de platillos a vender, no genera ningún inconveniente en los ingresos que promueva a una situación crítica para el proyecto. También se visualiza el escenario optimista donde más bien se cuentan con incrementos de ventas, se puntualiza en el hecho de que no se realizó cambios en el precio del producto, en ambos casos se obtienen valores positivos, tanto para el Valor Actual Neto como para la Tasa Interna de Retorno que hace que la inversión sea atractiva al inversionista. En la siguiente tabla se observa una comparación de los tres escenarios analizados en el estudio financiero del proyecto, el normal, estresado y optimista:

Tabla numero 30 Comparación de los escenarios

Escenarios	VAN	TIR
Pesimista	₡ 26,199,306.87	58%
Normal	₡ 40,050,352.62	71%
Optimista	₡ 166,119,461.51	172%

Fuente: Elaboración propia, 2020

4.4.17 Cálculo del Impuesto al Valor Agregado

Como parte del análisis financiero es importante tener en cuenta el Impuesto al Valor Agregado IVA, el cual entro en vigor en julio 2019, con base en lo que establece la Ley No 9635 denominado Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas, para los productos y el servicio que se pretende vender en el negocio de comida keto, el tributo ya se debía cancelar al fisco en la forma de Ley General sobre Las Ventas, y de cualquier forma, la PYME lo debe de cancelar a sus proveedores y luego lo recupera en el cobro que hace a sus clientes por medio de la venta de sus productos y el servicio ofrecido, sin embargo esto no significa un incremento de costos como resultado de la operación, solo se traslada la diferencia a la Administración Tributaria, según se muestra en la siguiente tabla, por esta razón no se refleja en el flujo de efectivo.

Se debe mencionar que, aunque este impuesto tiene efecto en el precio final del producto, este se mantiene competitivo en el mercado debido a que los insumos comestibles y materiales de empaque y limpieza se pretende comprar al por mayor, de manera tal que el costo por unidad se reduzca. Adicionalmente se cuenta con un precio competitivo en promedio por producto, el cual se calculó con base en costos directos e indirectos y además tomando en cuenta la percepción de los clientes potenciales sobre el mismo.

Tabla numero 31 Cálculo del impuesto al valor agregado

Costos variables de operación							
Descripcion	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Compras							
Suministros de empaque		₡ 2,151,840.00	₡ 2,367,024.00	₡ 2,603,726.40	₡ 2,864,099.04	₡ 3,150,508.94	₡ 13,137,198.38
Inventario de comestibles		₡ 6,068,940.00	₡ 6,675,834.00	₡ 7,343,417.40	₡ 8,077,759.14	₡ 8,885,535.05	₡ 37,051,485.59
Suministros de limpieza		₡ 2,378,754.24	₡ 2,616,629.66	₡ 2,878,292.63	₡ 3,166,121.89	₡ 3,482,734.08	₡ 14,522,532.51
Total de variables		₡ 10,599,534.24	₡ 11,659,487.66	₡ 12,825,436.43	₡ 14,107,980.07	₡ 15,518,778.08	₡ 64,711,216.49
Impuesto al valor agregado	13%	₡ 1,377,939.45	₡ 1,515,733.40	₡ 1,667,306.74	₡ 1,834,037.41	₡ 2,017,441.15	₡ 8,412,458.14
Venta de productos		₡ 52,260,000.00	₡ 57,486,000.00	₡ 63,254,600.00	₡ 69,558,060.00	₡ 76,513,866.00	₡ 319,072,526.00
Impuesto al valor agregado	13%	₡ 6,793,800.00	₡ 7,473,180.00	₡ 8,223,098.00	₡ 9,042,547.80	₡ 9,946,802.58	₡ 41,479,428.38
IVA neto para hacienda		₡ 5,415,860.55	₡ 5,957,446.60	₡ 6,555,791.26	₡ 7,208,510.39	₡ 7,929,361.43	₡ 33,066,970.24

Fuente: Elaboración propia, 2020

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Este capítulo se centra en la interpretación y discusión de los resultados obtenidos y presentados en el capítulo anterior, información que fue obtenida a través de la aplicación de los modelos analíticos y estadísticos planteados en la investigación.

Para dar inicio se debe tener en cuenta que al inicio de la investigación se planteó un problema, el cual se busca resolver con el desarrollo de esta, este problema es descrito como la factibilidad que tendrá el negocio de comida tipo keto y como la realización de los estudios financieros, mercadológico, legal normativo y tributario brindan una respuesta directa a este. En un segundo plano se mencionó la posibilidad de ampliar la oferta de servicios de alimentación en la zona de Guadalupe, la cual se llegará a cumplir una se dé la apertura del restaurante.

Con los resultados obtenidos a través de la realización del estudio de mercado se logró determinar, la ubicación que tendría el restaurante, el mercado meta, comportamiento de los clientes potenciales, características de la oferta de servicios de restaurantes en la zona, aceptación del negocio de comida keto o bien la posible demanda que tendrá el restaurante.

5.1 UBICACIÓN DEL RESTAURANTE.

La ubicación del local comercial será en el cantón de Goicochea, específicamente en el distrito de Guadalupe.

5.2 MERCADO META

Como consecuencia del estudio de mercado, se define el mercado meta como el comprendido por las familias de hombres y mujeres con edades entre los 26 y 43 años principalmente, con un nivel socioeconómico de clase media baja.

5.3 COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTE POTENCIALES

Como consecuencia de la aplicación del estudio de mercado se interpreta que existe una gran mayoría de la población que con frecuencia sale a comer algún restaurante, lo cual es un indicador de que si existen una demanda en la zona que debe ser cubierta.

Finalmente, se considera en esta sección que muchas personas consumen proteína animal, no tienen problemas para tolerar las grasas y no tienen alergias a las nueces esto se considera de importancia para la creación del menú del restaurante.

A pesar de esto no se debe dejar sin analizar el factor variedad en el menú, esto brinda un indicador de que conforme el negocio crezca debe ir incorporando a su menú otros platillos con tal de mantener la fidelidad del cliente.

5.4 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA SERVICIOS DE RESTAURANTES EN GUADALUPE.

La mayoría de la población considera que el servicio de restaurantes en la zona de Guadalupe no es variado con lo cual se comprueba que la idea de negocio propuesta en la investigación logra satisfacer la necesidad de la población que demanda una escena gastronómica más variada y por consiguiente que ofrezca nuevas experiencias.

5.5 ACEPTACION DEL NEGOCIO DE COMIDA KETO

Como parte de los resultados que se presentan en el estudio de mercado, se interpreta que el negocio de comida Keto tiene en su mayoría aceptación por parte de la población con lo cual se determina que si tendrá demanda y por lo tanto se cumple que el negocio es factible desde un punto vista mercadológico.

5.6 INTREPRETACION DEL MODELO DE NEGOCIOS.

El modelo desarrollado plantea una estructura de pequeños planes que se deben seguir para que el negocio tenga éxito en su operación, el fin primordial del mismo es buscar la diferenciación del restaurante de comida keto con respecto de otros negocios que ya operan en la zona.

Al igual que la idea, el modelo de negocio se debe validar y puede también evolucionar con el tiempo. Es decir, el modelo de negocio con el que inicia una empresa probablemente sea muy diferente al modelo de negocio luego de 5 o 10 años. Esto,

por un lado, porque el mercado y las condiciones contextuales cambian, pero, por otro lado, porque la estrategia y las necesidades organizacionales también lo demandan al buscar objetivos como la expansión o la escalabilidad.

5.7 INTERPRETACION DE LOS REQUISITOS LEGALES, NORMATIVOS Y TRIBUTARIOS.

Los requisitos que mencionan en esta sección son de gran importancia para la operación del restaurante debido a que la mayoría de ellos por su naturaleza son obligatorias y son necesarios para asegurar la solidez de cualquier negocio o proyecto. Muchas empresas son clausuradas por incumplimiento de estos requisitos, o bien, no pueden acceder a mejores oportunidades de crecimiento por funcionar en la informalidad.

La tramitología para la formalización del negocio si bien se ha facilitado gracias a la tecnología aún resulta un poco engorrosa debido a la cantidad de pasos y requisitos que se deben cumplir, la creación de herramientas tecnológicas que facilitan la obtención de algunos formularios ha hecho que los trámites se agilicen un poco. Se logra apreciar que debido al tiempo que estos tardan se deben de planificar cada uno de ellos con cierta anticipación.

Debido a la dimensión de la estructura del negocio se interpreta que se debe optar por la conformación de una sociedad de responsabilidad limitada, se observa a su vez que para su constitución son menos los requisitos.

5.8 INTERPRETACION DEL ESTUDIO FINANCIERO

Se interpreta que con base en una proyección de ventas incremental de un 10% durante los primeros años y tomando en cuenta un precio competitivo los ingresos logran cubrir los gastos administrativos, gastos bancarios, costos fijos y variables, además de generar ganancias.

El rubro de salarios junto con las cargas sociales y provisiones conforman un porcentaje importante entre los gastos, sin embargo, más que un gasto debe ser visto hipotéticamente como una inversión, ya que representa uno de los recursos claves más importantes para el negocio, en el sentido de que son ellos quienes hacen del servicio de alimentación una experiencia y un sabor único.

El alquiler es el segundo costo fijo más representativo, de manera que en un largo plazo y tomando en cuenta que los flujos de efectivo neto se mantengan positivos la decisión de contar con un local comercial propio es necesario

Tal como se puede apreciar los flujos de efectivo para cada uno de los escenarios que se plantean: normal, estresado y optimista son positivos, en consecuencia, se puede determinar y afirmar que restaurante de comida keto es viable, debido a que tiene la capacidad de generar efectivo y cumplir con sus obligaciones.

Para poder llevar a cabo el proyecto es necesario contar con una fuente de financiamiento, lo cual lleva a la necesidad de solicitar un préstamo bancario de manera tal que se pueda iniciar con la apertura del negocio, el cual requiere contar con la totalidad del equipamiento y mobiliario necesario para operar. Para poder solicitar el préstamo se requirió presentar el plan financiero ante la entidad financiera

para luego ser estudiado por los analistas de crédito y por consiguiente aprobar el crédito solicitado.

Es muy importante mencionar que el Banco Nacional de Costa Rica está ofreciendo crédito para PYMES hasta un monto de 20.000.000 de colones, que se financian vía banca de desarrollo y cuentan a su vez con aval fiduciario propio, en este caso incluso se indicó, cuando se realizó la consulta en la entidad bancaria, que no se necesitaba el respaldo de algún bien inmueble.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo expondrá las conclusiones y recomendaciones formuladas durante el estudio de este proyecto, para ello se consideran objetivo general y los objetivos específicos mencionados al inicio de la investigación con el fin de hacer notar que se implementaron y se desarrollaron.

6.1 CONCLUSIONES

- Como conclusión general de la presente investigación se logró estudiar la factibilidad, viabilidad financiera y de demanda para la creación de una venta de comida keto en la Zona de Guadalupe

La implementación de este proyecto en el comercio es una inversión atractiva, ya que se logra recuperar en poco tiempo, con utilidades agradables. Al ser el restaurante una innovación en el servicio de alimentación en Guadalupe, se proyecta una buena aceptación por parte del mercado.

Esto además es demostrado por el estudio financiero el cual muestra un Valor Actual Neto y una Tasa Interna de Retorno aceptables para ser un proyecto de inversión. Se aplicaron escenarios, uno estresado, el normal y uno optimista. Se observó que en el escenario pesimista el Valor Actual Neto es de 26, 199,306.87 CRC y la Tasa de Retorno de la Inversión es de 58%, esto indica que aun en este escenario el proyecto es viable financieramente pues su valor actual neto es positivo y la tasa interna de retorno es mayor a la tasa del costo de capital.

Seguidamente se mencionan las conclusiones asociadas a cada objetivo específico.

- Se procedió a realizar un estudio de mercado para determinar la demanda que tendrá el servicio que se ofrecerá.

Se determina la existencia de un mercado meta amplio, el cual constituye una posible demanda para el negocio a implementar. Según las encuestas realizadas los encuestados visitan un restaurante al menos una vez a la semana esto eleva las expectativas del negocio situado en el principal foco de población de Guadalupe, lo cual lo hace atractivo debido a que ahí se ubican las principales empresas públicas y privadas, además de ser el principal centro de comercio de la población.

Además de que en la actualidad las personas suelen buscar productos nuevos y que se ajusten a sus gustos, lo cual es la misión del restaurante de comida keto cumplir con los estándares de calidad más altos del mercado para satisfacer el nicho de mercado sin oferta aún.

- Se consiguió desarrollar el modelo de negocio que defina el funcionamiento que tendrá el mismo

El modelo de negocio refleja lo que se busca hacer diferente al resto de competidores del mercado, el éxito del negocio depende de la medida en que se ponga en práctica y se evalúen sus resultados, así se determina que una propuesta de valor en conjunto con buenos canales de distribución y relaciones con los clientes se convierten en números que se suman a los ingresos del negocio.

- Se consiguió Investigar los aspectos legales, normativos y tributarios que conllevan a la formalización del negocio.

Al concluir con la investigación de estos aspectos para lograr la apertura del negocio, se definieron los principales requisitos para la creación del proyecto. Entre ellos permisos de funcionamiento que son adquiridos en la Municipalidad de Goicochea y Ministerio de Salud, estos deben ser renovados en un periodo de tiempo y ser colocados en zonas visibles del negocio. Es vital contar con los permisos y normas para que el proyecto pueda funcionar sin ninguna restricción, entre ellos estar escrito ante hacienda, cumplir con el pago de impuestos y emitir facturación electrónica y contar con medios de pago electrónico, es necesario además contar con un seguro que cubra a los trabajadores del restaurante, además de una póliza de riesgos de trabajo, esto en caso de un accidente o alguna enfermedad causadas por el trabajo realizado.

- Se logró desarrollar el estudio financiero que permita determinar la viabilidad financiera del proyecto.

Como resultado del estudio financiero se apreció que aun en el escenario estresado el proyecto es financieramente viable, el cual brinda una recuperación de la inversión en un mediano plazo y con utilidades favorables. Se alteraron supuestos para este escenario y se observó el comportamiento de los ingresos, el cual disminuyo, pero se logran tener aun así utilidades sobre las ventas. Se obtuvo un Valor Actual Neto de 26, 277,652.94 CRC y una Tasa Interna de Retorno de 58% lo que genera más atracción a los inversionistas del proyecto.

Basado en el análisis financiero se determinó que el proyecto soportó un sistema de apalancamiento aceptado por el Banco Nacional de Costa Rica al crearse la empresa como una iniciativa emprendedora tipo pymes con una tasa del 14,30%, misma que se considera como la tasa de descuento por no haber riesgo del mercado asociado, pues toda la materia prima, equipos y mobiliario son adquiridos en el territorio costarricense a moneda local. De igual manera el sector económico del país se muestra bastante estable en cuanto a indicadores, por lo que genera menor riesgo sobre el proyecto.

6.2 RECOMENDACIONES

Conforman las acciones que se sugieren como consecuencia de la investigación, de la misma forma en que se describieron las conclusiones, se realiza una correlación con el objetivo general y los objetivos específicos.

Objetivo General: Estudiar la factibilidad, viabilidad financiera y de demanda para la creación de un restaurante keto en el cantón de Guadalupe de San José de Costa Rica.

- Se recomienda implementar el proyecto por cuanto los estudios realizados e incluso sensibilizados mediante la aplicación de otros escenarios financieros, hace posible la creación de esta nueva empresa en el sector alimentario siendo rentable al inversionista.

- Dirigir la oferta del restaurante al segmento de mercado que se obtiene con la investigación, el cual demanda un servicio de calidad, además de considerar que este no ha sido satisfecho aún por las empresas existentes, esto a su vez permite desarrollar estrategias de comercio y crecimiento que cubran las necesidades de estos posibles clientes potenciales.

Objetivo específico 1. Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda que tendrá el servicio que se ofrecerá.

- Elaborar una estrategia de mercadeo basada en la mezcla de mercadotecnia de tal manera que el producto o servicio se dé a conocer, aumento en las ventas y mayor participación del mercado.
- Lograr posicionar el producto y servicio en la mente del consumidor respecto del resto de consumidores, a través de las ventajas competitivas y por medio de la publicidad en redes sociales.

Objetivo específico 2. Desarrollar el modelo de negocio que defina el funcionamiento que tendrá el mismo.

- Evaluar los resultados obtenidos con la implementación del modelo de negocios y si fuese el caso determinar posibles mejoras que logren mantener la estabilidad y permanencia del negocio.
- Medir los resultados de la aplicación del modelo de negocios por medio de indicadores e instrumentos de recolección de información de los clientes para logra conocer su gustos y preferencias.

Objetivo específico 3. Investigar los aspectos legales, normativos y tributarios que conllevan a la formalización del negocio.

- Mantener al día todas las normativas legales, permisos sanitarios y pago de seguros y póliza requeridos para la operación del negocio, para evitar el cierre del negocio por desacato o problemas con los trabajadores por no poseer su derecho de seguro laboral.
- Generar en todo momento la facturación electrónica y hacer una revisión periódica del sistema de facturación electrónica para verificar que los comprobantes que se generan son correctos y libres de errores y así evitar inconformidades con el cliente y posibles sanciones del ministerio de Hacienda.

Objetivo específico 4. Desarrollar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad financiera del proyecto.

- Iniciar la apertura del proyecto en el mercado, ya que es financieramente estable y rentable. El cual administrado de manera inteligente puede llegar a tener grandes éxitos en el ámbito comercial, brindando altos beneficios al inversionista del negocio.
- Una vez cubierta la mayoría de la deuda actual y tomando en cuenta el aumento de los ingresos valorar la posibilidad de adquirir un préstamo para la compra de un local comercial.

ANEXOS

Encuesta: Propuesta para venta de comida keto en la zona de Guadalupe

Objetivo: Conocer su gusto por la comida keto y su preferencia al momento de elegir entre varias opciones

Instrucciones: Marque con una X en el espacio en blanco lo que corresponda a su respuesta

1. ¿En qué rango de edad se ubica?

17-25 26-34 35-43 44-55

2. ¿Género?:

Masculino____ Femenino____ Otro____

3. ¿Se interesa en los ingredientes y contenido calórico de los productos que consume?

Siempre A veces Casualmente Nunca

4. ¿Qué tan frecuente sale usted a comer a un restaurante?

2 Veces por semana 1 vez por semana 1 vez a la quincena 1 vez al mes

5. ¿Considera usted que el servicio de restaurantes en la zona es variado?

Si No

6. ¿Conoce usted el estilo de vida tipo keto?

Si Se poco No

7. ¿Tiene problemas para tolerar las grasas?

Si No

8. ¿Consume proteína animal?

Si No

9. ¿Tiene alguna alergia a las nueces?

Si No

10. ¿Asistiría a un restaurante tipo keto, aunque no lleve usted este estilo de vida?

Si No

BIBLIOGRAFIA

Cesar Vieira. (2002). Globalización, comercio internacional y equidad en materia de salud. marzo 2020, de Revista Panam Salud Public Sitio web:

<https://www.scielosp.org/pdf/rpsp/2002.v11n5-6/425-429/es>

Andrés Sevilla. (s.f). Comercio. Marzo 2020, de Economipedia Sitio web:

<https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>

José Francisco López. (s.f). Comercio internacional. Marzo 2020, de Economipedia

Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>

Larousse cocina.mx. (s.f). Restaurante. Marzo 2020, de Larousse cocina.mx Sitio

web: <https://laroussecocina.mx/palabra/restaurante/>

María Luisa Madrigal. (25 septiembre 2019). Oferta de productos keto o sin gluten aumenta en el menú de restaurantes y tiendas en línea. Marzo 2020, de La Nación

Sitio web: <https://www.nacion.com/economia/negocios/oferta-de-productos-keto-o-sin-gluten-aumenta-en/4IC3ZH3U6VH33ODLF3TGZDBZ4Y/story/>

Joaquín Pérez-Guisado. (2008). Las dietas cetogénicas: beneficios adicionales a la pérdida de peso y efectos secundarios infundados. Marzo 2020, de Sociedad

Latinoamericana de Nutrición Sitio web:

<https://www.alanrevista.org/ediciones/2008/4/art-1/>

Josías Ortiz González. (24 abril 2015). ¿Cómo medir la factibilidad financiera de un proyecto? Marzo 2020, de Finanzas y proyectos Sitio web:

<https://finanzasyproyectos.net/factibilidad-financiera-de-un-proyecto/>

Ivan Thompson. (mayo 2006). Estrategias de Mercado. Marzo 2020, de Promonegocios.net Sitio web: <https://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>

Covarrubias Gutiérrez, P; Aburto Galván, M; Sámano Orozco, L. F. (2013). Dietas cetogénicas en el tratamiento del sobrepeso y la obesidad. Febrero 2020, de Nutrición clínica y dietética hospitalaria Sitio web: <https://revista.nutricion.org/PDF/DIETAS-CETOGENICAS.pdf>

López, A y Martínez, E. (2016) La educación en alimentación y nutrición. Recuperado de <http://ebooks7-24.com/?il=3218>

Pimienta, J. (2018) Metodología de la investigación. Recuperado de: <http://ebooks7-24.com/?il=7587&pg=90>

Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación. Pagina 106* Episteme.

Avolio, B. (2016). Métodos cualitativos de investigación: una aplicación al estudio de caso. Cengage. Página 41. Tomado de <http://uhcr.basesdedatosezproxy.com:2222>.

Vega, C. (2019). Tesis Factibilidad financiera y demanda para la creación de un restaurante de comida mexicana, para el periodo del tercer cuatrimestre del 2020, en la zona de Los Santos. (Tesis de licenciatura). Universidad Hispanoamericana, Heredia, Costa Rica

Kotler P. & Armstrong G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. Página 8. Distrito Federal: Pearson. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=4393>

Jiménez, M. (2017). Tesis Factibilidad financiera para la creación de un negocio de Helados artesanales para el periodo el segundo cuatrimestre de 2017 en Santo Domingo de Heredia, Costa Rica. (Tesis de licenciatura). Universidad Hispanoamericana, Heredia, Costa Rica

Procuraduría General de la Republica. Página oficial. Internet. Recuperado de:

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6581&nValor3=112234&strTipM=TC

Schnarch, A. (2014). Desarrollo de nuevos productos. (6a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Página 99. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=106>

Kotler P. (2016). Dirección de Marketing. Páginas 49 y 50, Distrito Federal: Pearson. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=4273>

Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación* . Pagina 198. Mexico: McGrawHill. Tomado de : <http://ebooks7-24.com/?il=6443&pg=18>