

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

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

*Tesina para optar por el grado académico
de bachillerato en Administración de Negocios
con énfasis en Banca y Finanzas*

**INFLUENCIA DEL MODELO STARTUP DEL
MERCADO LOCAL CON UNA
POBLACIÓN ENTRE LOS 20 Y 40 AÑOS
EN HEREDIA, HEREDIA DURANTE EL
TERCER CUATRIMESTRE DEL 2024**

Jéssica Fernández Candiotti

Noviembre, 2024

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	7
AGRADECIMIENTO.....	8
DEDICATORIA.....	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
ABREVIATURAS.....	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales	13
1.1.2 Delimitación del problema	22
1.1.3 Justificación.....	23
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	24
1.3 OBJETIVOS.....	25
1.3.1 Objetivo general	25
1.3.2 Objetivos específicos.....	25
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	27

2.1 MARCO TEÓRICO	29
2.1.1 Pequeñas y Medianas Empresas en Costa Rica	48
2.2 MARCO CONCEPTUAL	51
2.2.1 Ciclo de vida del startup	52
2.2.1.1 Métricas de comportamiento.....	53
2.2.1.1.1 Teoría del cambio.....	56
2.3 MARCO CONTEXTUAL.....	81
2.3.1 Antecedentes del lugar.....	82
CAPÍTULO III: METODOLÓGICO	83
3.1 ENFOQUE	84
3.2 ALCANCE.....	86
3.3 DISEÑO	88
3.3.1 Diseños no experimentales.....	89
3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO	90
3.4.1 Población.....	90
3.4.2 Tipo de muestreo.....	91
3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión.....	93
3.4.4 Consideraciones éticas.....	93
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	94
3.6 VARIABLES.....	97
3.6.1 Definición conceptual.....	97

3.6.2 Definición operacional	97
3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS	102
REFERENCIAS.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Datos Pymes en Costa Rica</i>	50
Tabla 2 Cálculo del Punto de Equilibrio	80
Tabla 3 Criterios de inclusión y de exclusión	93
Tabla 4 Técnicas e instrumentos para recolectar información	96
Tabla 5 Matriz de Variables	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Marco de referencia.....	29
Figura 3 Modelo F.O.D.A.....	65
Figura 6 Estudio Financiero.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, le agradezco a Dios por permitirme llegar a esta etapa en mi vida, me siento orgullosa de mi persona ya que, durante esta investigación, me ha fortalecido como ciudadana, como profesional y académicamente.

Muy agradecida con el profesor Alexander Céspedes Cordero, que, con su acompañamiento, crítica constructiva, su experiencia y que con sus recomendaciones me ayudo a concluir con mi proyecto con gran profesionalismo.

Importante he de destacar mi gratitud con la Universidad Hispanoamericana y a la Facultad de Ciencias Económicas, que gracias a las facilidades de financiamiento y programas de estudio logre llevar a cabo mis estudios. A los profesores que a lo largo de este proceso mostraron su compromiso con los estudiantes, por su dedicación, y esmero están formando profesionales comprometidos con buenos valores y gran ética profesional.

Jéssica Fernández Candiotti

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a la memoria de mi padre, Sr Antonio Fernández Guevara, mi madre Sra. Gladys Candiotti Valenzuela, por ser mi ejemplo de lucha, perseverancia y que no existe excusa para rendirnos y estar en constante mejora, y a pesar de que se fueron muy pronto, me dejó mi fiel ángel protector que ha estado a mi lado apoyándome, motivándome a cumplir mis objetivos con rigor y amor, mi amada hermana Lizeth Fernández Candiotti.

A mis hijos (Juan y Camila) y esposo (Kenneth Alfaro), que han sido pilar importante en este proceso, porque cuando podría estar con ellos, tenía que dedicar mi tiempo para estudiar y dedicar tiempo a mi estudio, mi trabajo y la casa. Y me enseñaron en el camino a ser constante y fuerte, que a pesar del cansancio también debía ser madre y esposa. Ellos mi orgullo, mi fortaleza, mis deseos de seguir preparándome académicamente, que vean que los sueños si se concretan, pero con esfuerzo y constancia y que rendirse nunca es una opción.

Siempre en mi memoria las palabras de mi amada madre, cuando tome la decisión de estudiar, impulsado por ella “Anda hijita y no te detengas”.

Jéssica Fernández Candiotti

RESUMEN

La investigación sobre el modelo de startups ha tenido un impacto significativo en el mercado actual, especialmente entre la población de 20 a 40 años. Este tipo de personas ha mostrado un creciente espíritu emprendedor, impulsados por la innovación y la tecnología.

Los startups han fomentado un ecosistema de colaboración y economía, facilitando el acceso a recursos y financiamiento. De igual manera, se ha denotado un aumento de interés en algunas instituciones, por capacitar en el tema de emprendimiento, lo que ha potenciado las habilidades de esta población.

La cultura del emprendimiento ha promovido la creación de nuevos productos y servicios, adaptados a las necesidades locales. Asimismo, el uso de plataformas digitales ha permitido a los jóvenes emprendedores llegar a un público más amplio y diversificado.

El modelo startup ha venido a generar oportunidades económicas y un ambiente propicio para la innovación entre los jóvenes adultos.

Los resultados demostrados en la investigación, dan a conocer que existe un mercado actual, iniciando de un startup. Dando recomendaciones en el área financiera, por medio de un análisis por medio del Valor Actual Neto (VAN) positivo y Tasa Interna de Retorno (TIR), con un resultado mayor, al costo capital promedio.

Palabras claves: Startup, emprendedor, innovación, tecnología, Financiero.

ABSTRACT

This research examines the significant impact of the startup model on the current market, particularly among the population aged 20 to 40. This demographic has demonstrated a growing entrepreneurial spirit, driven by innovation and technology. Startups have cultivated a collaborative ecosystem that facilitates access to resources and funding, while also sparking increased interest from educational institutions in entrepreneurship training, enhancing the skills of this population.

The culture of entrepreneurship has led to the development of new products and services tailored to local needs. Additionally, the use of digital platforms has enabled young entrepreneurs to reach a wider and more diverse audience. Overall, the startup model has generated economic opportunities and created a conducive environment for innovation among young adults.

The findings of this research reveal the viability of the current market for startups. Financial recommendations are provided based on an analysis using Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR), indicating positive results that exceed the average cost of capital.

Keywords: Financial Analysis, feasibility, Business Management, Regulations.

ABREVIATURAS

PRONAMYPE: Programa Nacional de Apoyo a la Microempresa y la Movilidad

Social en Costa Rica

PROINNOVA: Unidad de Gestión y Transferencia del Conocimiento para la Innovación de la Universidad de Costa Rica (UCR).

MICITT: Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones

UNA: Universidad Nacional de Costa Rica

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

MEP: Ministerio de Educación Pública

SBD: Sistema de Banca para el Desarrollo

BCR: Banco de Costa Rica

BP: Banco Popular

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación del proyecto se basa en la influencia del modelo Startup del mercado actual en el cantón Central de Heredia. Este proyecto pretende mostrar el crecimiento del startup, impulsado por la innovación, tecnología, inversión dentro de un mercado actual, generando desarrollo económico, y se puede decir, hasta la modificación del consumidor en los diferentes puntos de venta. El startup, ha sido apoyado por programas de incubación, aceleración y el interés de inversionistas de la región, como por ejemplo PRONAMYPE, que da un impulso económico para iniciar el emprendimiento. El entendimiento de estos vínculos permitirá no solo capitalizar las oportunidades que surgen con la innovación, sino también mitigar los riesgos asociados, asegurando un crecimiento sostenible y equitativo en la región, siendo todo un desafío para lograr grandes resultados. Al ser un mercado innovador, rompe todos los esquemas de un mercado tradicional, ya que estas se pueden adaptar a los nuevos modelos de negocio.

1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales

- Antecedente Internacional

En Estados Unidos, Silicon Valley es conocido por ser el lugar de nacimiento de algunas de las empresas emergentes más innovadoras y exitosas del mundo, es un modelo de negocio, con una cultura que promueve la innovación, el acceso a capital de riesgo y una red de expertos, ha generado miles de empresas exitosas, desde Google, Apple, Amazon y hasta Facebook. Este modelo ha influido en la creación de negocios parecidos a nivel mundial.

"Silicon Valley se ha convertido en el símbolo mundial de la innovación y el emprendimiento, generando un ecosistema que fomenta la creación de empresas tecnológicas de gran éxito" (Gans, J. S., & Scott, E., 2019). Ha reunido los startups más populares de Silicon Valley en 2024 que los amantes de los startups, los inversores y los aspirantes a emprendedores deberían seguir (Valley, 2024).

Orígenes del Modelo Startup (Años 90 y 2000):

- **Silicon Valley:** Fue el lugar donde el modelo *startup* comenzó a tomar forma. Se fundaron empresas en este ecosistema de innovación, y su éxito dio forma a la estructura básica de un startup: un equipo pequeño, capital de riesgo, una idea disruptiva y la capacidad de escalar rápidamente.
- **Aceleradoras y fondos de capital riesgo:** Los fondos de inversión como Sequoia Capital, Andreessen Horowitz y Kleiner Perkins han sido cruciales en el crecimiento del modelo. Además, el nacimiento de las primeras aceleradoras como Y Combinator (2005) permitió que muchos startups accedieran a recursos que antes eran limitados.

2008-2010: La Expansión Global

Se dio un cambio en la dinámica financiera, esto para la crisis financiera de 2008, pero también muchas personas buscaron alternativas de empleo e innovación, lo que se dio un incremento en la cantidad de emprendedores. El acceso a herramientas tecnológicas, permitió que los startups en sectores como software, e-commerce y tecnologías móviles comenzaran a tener un auge importante.

2010-2020: Consolidación y Disrupción

- **Globalización de los startups:** A partir de 2010, los ecosistemas startup comenzaron a extenderse fuera de Silicon Valley. Ciudades como Londres, Berlín, Tel Aviv, Bangalore

y Shenzhen se convirtieron en hubs importantes para startups en tecnología, salud, e-commerce y fintech.

- El auge de los unicornios: A medida que aumentaba la inversión de capital riesgo, surgieron nuevas "historias de éxito", como Uber, Airbnb, SpaceX, ByteDance (TikTok), y Stripe. Estos *unicornios* (empresas privadas valoradas en más de mil millones de dólares) comenzaron a dominar el escenario global.
- Modelos de negocio innovadores: El modelo de plataforma digital y economía compartida tomó protagonismo, con empresas como Uber, Airbnb, Dropbox y Spotify redefiniendo industrias enteras.

2020-2024: Nuevas Fronteras y Desafíos

El modelo startup ha enfrentado nuevos retos, tales como:

- **Crisis del capital riesgo:** la recesión global y los cambios macroeconómicos afectaron el financiamiento de muchos startups. La inflación, el aumento de tasas de interés y la incertidumbre económica en los mercados internacionales pusieron en duda la sostenibilidad de algunos modelos de negocio.
- **Sostenibilidad y ética:** Los startups de tecnología y sostenibilidad están surgiendo con un enfoque más claro en la responsabilidad social y la sostenibilidad.
- **Inteligencia Artificial y Web 3.0:** Los startups están liderando la innovación en áreas emergentes como la IA, blockchain, y la web descentralizada (Web3).

En Europa y Asia: Londres, Berlín, y Estocolmo han emergido como grandes hubs (centros) para startups tecnológicas, ya que ha sido favorable el financiamiento y apoyo a la innovación. En Asia, ciudades como Bangalore, Seúl y Singapur han adoptado el modelo *startup* con un fuerte enfoque en tecnología avanzada, inteligencia artificial y biotecnología.

Desde 2010, en América Latina los ecosistemas de *startups* han tenido un aumento de importancia, especialmente en países como Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia; este ha estado influenciado por factores como el acceso limitado a financiamiento tradicional, lo que ha impulsado el uso de inversores ángeles, fondos de capital de riesgo y aceleradoras. Sin embargo, estos modelos también enfrentan retos en cuanto a infraestructura, regulación y acceso a mercados internacionales.

El startup, ha tenido un impacto en economía, Innovación, países como India y Brasil han visto un crecimiento exponencial en el número de startups. India, por ejemplo, ha implementado políticas que fomentan la innovación, resultando en la creación de empresas como Flipkart y Ola. Estos casos han demostrado que los startups pueden contribuir significativamente al crecimiento del producto interno bruto y a la generación de empleo.

Países como India y Brasil, el crecimiento de los startups ha tenido un impacto significativo en el desarrollo económico y en la creación de empleos" (Ahlstrom, D., & Bruton, G. D.,2019).

El modelo startup ha permitido la creación de nuevas industrias, como fintech, e-commerce, edtech, y biotech, que han diversificado las economías regionales. Los startups latinoamericanos han comenzado a capturar la atención de inversores internacionales, como se evidencia en el crecimiento de capital de riesgo de fondos globales.

A nivel global, muchas corporaciones han comenzado a colaborar con startups para acelerar la innovación, estas alianzas permiten a las empresas establecerse en nuevos mercados y adoptar nuevas tecnologías más rápidamente.

En la actualidad, nos costaría entender el mundo sin Google, Facebook (ahora llamada Meta) y Twitter, pero estas tres empresas tienen algo en común: todas estas empresas fueron startups. Los casos de éxito son numerosos y se encuentran en ámbitos muy diversos.

En el sector de la energía, numerosos startups apuestan por iniciativas orientadas a la mejora de la sostenibilidad. Por ello, Repsol, mediante su fondo de inversión estratégico, Repsol Corporate Venturing, dotado con 50 millones de euros, apuesta por startups que desarrollan tecnologías innovadoras en tres ámbitos: descarbonización y economía circular, movilidad avanzada y renovables, y tecnología digital y optimización de activos.

Por otra parte, la aceleradora empresarial de Repsol, Fondo de Emprendedores, ha impulsado hasta la fecha el desarrollo de 70 startups dedicadas a las tecnologías de bajas emisiones de carbono, economía circular, movilidad sostenible o digitalización para la optimización y el control de procesos de la industria energética. En la última convocatoria se seleccionaron cinco *startups* a las que se ofrecerá apoyo económico.

La llegada de startups ha cambiado la perspectiva laboral, generando trabajos que requieren habilidades digitales y creativas. Asimismo, también han surgido preocupaciones sobre la calidad del empleo, con un aumento en trabajos temporales y menos beneficios.

- Antecedente Nacional

Costa Rica ha invertido en infraestructura para fomentar el emprendimiento, estos ecosistemas de innovación y colaboración permiten que los startups crezcan y escalen de manera efectiva, tanto en parques tecnológicos, espacios de coworking y aceleradoras de empresas. También se ha visto el surgimiento de aceleradoras e incubadoras de startups como Costa Rica Emprende, Impact Hub y StartUp Costa Rica, las cuales juegan un rol fundamental en apoyar a los emprendedores locales. Estas organizaciones proporcionan mentoría, acceso a capital de riesgo, y asesoría empresarial para ayudar a las nuevas empresas a superar las etapas iniciales de desarrollo y alcanzar su crecimiento.

Se han implementado políticas para incentivar la creación del startup, como son os siguientes:

- **Ley de Innovación y Transferencia de Tecnología (Ley 8262):** promueve la investigación y la transferencia de tecnología entre universidades y empresas, fomentando la creación de *startups* tecnológicas.
- **Ley de Fomento a la Investigación y el Desarrollo Tecnológico:** Ofrece incentivos fiscales y financiamiento a las empresas dedicadas a la investigación, la innovación y el desarrollo de nuevos productos.

Lo que pretende Costa Rica, es motivar e incentivar, creando un entorno favorable para los startups, facilitando el financiamiento y conexión con otros emprendedores.

De acuerdo con la plataforma StartupBlink, centro de investigación y mapa global de ecosistemas de empresas emergentes, en julio de 2024, Costa Rica obtuvo el puesto No. 72 y octavo en Latinoamérica, siendo uno de los mejores países del mundo para crear el startup.

“El clima político estable del país hace que su escenario de inicio sea atractivo para la inversión extranjera y las asociaciones. Costa Rica invierte mucho en educar a su población y en capacitar a su talentosa fuerza laboral tecnológica. Como resultado, el país construyó un centro tecnológico vibrante en San José como uno de los principales centros del país, albergando gigantes tecnológicos como IBM y Microsoft. El sector público apoyó esto presentando nueva legislación y estrategias que crearían un clima favorable para la economía digital”, señala el reporte. (Reyes, 2023)

Además, apoya el mayor financiamiento para startups en etapas tempranas y promoción de la escena costarricense a nivel mundial, son algunas áreas de oportunidad en Costa Rica.

Desde 2019, Costa Rica también ha implementado políticas como el Programa de Promoción de la Innovación y el Emprendimiento (Proinnova), que busca fomentar la creación y crecimiento de startups. Además, el país ha atraído inversiones extranjeras en tecnología y servicios, teniendo un crecimiento de las Startup.

También el Programa de Promoción de la Innovación y el Emprendimiento ha sido fundamental para el fomento de nuevas empresas en Costa Rica (Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, 2019), siendo estas de apoyo en el crecimiento del desarrollo económico.

Existen varias incubadoras y aceleradoras en Costa Rica, como Wayra y Startup Costa Rica, que apoyan a emprendedores brindando las herramientas necesarias, financiamiento y acceso a redes. Estas iniciativas han sido cruciales para el surgimiento de startups en áreas como tecnología, agroindustria y turismo.

Otra de las opciones de apoyo al startup, son las incubadoras y aceleradoras en Costa Rica, como Wayra, que han impulsado significativamente el crecimiento de startups en el país (Cámara de Comercio de Costa Rica, 2019).

También las universidades en Costa Rica, especialmente en Heredia, han comenzado a ofrecer programas en emprendimiento e innovación. La creación de centros de innovación tecnológica en instituciones como la Universidad Nacional de Costa Rica ha sido fundamental para preparar a los estudiantes para el ecosistema startup, adaptando sus currículos para incluir formación en emprendimiento e innovación, preparando a los estudiantes para el ecosistema startup (Universidad Nacional de Costa Rica, 2019).

Por otro lado, el Ministerio de Educación Pública ha implementado dentro de sus programas de estudio, emprendimiento e innovación, para crear en los estudiantes la necesidad de emprender, brindando las herramientas necesarias y en este caso las tecnológicas, buscando ser un modelo Startup y así atender mediante la *Ley 10365 Fomento de la Cultura de Emprendimiento e Innovación*.

En los últimos años, el ecosistema de startups ha comenzado a consolidarse en Costa Rica, con un enfoque en sectores como el software, la tecnología financiera, la biotecnología y

las soluciones sostenibles. Heredia, dada su proximidad a centros de investigación y desarrollo, puede beneficiarse de la sinergia con empresas de tecnología que surgen en el Valle Central. Lo importante en la atención del crecimiento del startup, Costa Rica ha implementado políticas para atraer inversiones extranjeras y fomentar el emprendimiento local. El programa "Costa Rica Emprende" y la Ley de Fomento a la Investigación y el Desarrollo Tecnológico (Ley 7072) buscan crear un entorno favorable para los startups. Heredia, siendo un cantón clave en el Valle Central.

Los startups en Costa Rica, enfrentan desafíos en su interacción con empresas consolidadas. Muchas empresas tradicionales luchan por adaptarse a las nuevas dinámicas de mercado, lo que puede generar tensión y competitividad.

Los Startup también enfrentan dificultades para obtener capital en etapas iniciales, lo que limita su capacidad de crecimiento rápido, y los consumidores costarricenses están cada vez más abiertos a productos y servicios ofrecidos por startups, especialmente aquellos que promueven la sostenibilidad y la innovación, mostrando una preferencia creciente por productos innovadores y sostenibles, lo que está modificando la dinámica del mercado" (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021).

Esto ha generado que las empresas tradicionales busquen abordar el mercado actual.

La evolución del modelo startup, tanto a nivel internacional como nacional, presenta un marco de referencia valioso para entender el impacto de estas nuevas empresas en el mercado local de Heredia. Al aprender de los antecedentes globales y nacionales, es posible identificar tendencias, oportunidades y desafíos que permitirán un análisis más profundo sobre la influencia de los startups en la economía de la región. (Solano Ruíz, 2019)

Dentro de una proyección en el cantón central de Heredia, el modelo startup tiene el potencial de transformar el ecosistema económico de Heredia, esto con el respaldo de instituciones educativas, un clima favorable para el emprendimiento y el creciente interés en

áreas tecnológicas como la inteligencia artificial, la biotecnología y las energías renovables, Heredia tiene la oportunidad de posicionarse como un hub de innovación dentro de Costa Rica y Centroamérica.

Algunos sectores emergentes en el valle central de Heredia y Costa Rica son:

- **Tecnología y Software:** áreas como inteligencia artificial (IA), big data, fintech, y desarrollo de software están ganando fuerza en el Valle Central. Heredia, siendo un cantón cercano a la capital, se beneficia de la cercanía con empresas como Coope-ALIANZA, que se dedican a ofrecer soluciones tecnológicas a empresas del sector financiero, y Karla Software, que se especializa en el desarrollo de aplicaciones y soluciones a medida.
- **GreenTech y Energías Renovables:** direccionadas a la sostenibilidad y la energía renovable también están surgiendo en la región. Costa Rica, siendo líder en la adopción de energías renovables, tiene un entorno ideal para el crecimiento de empresas en este sector. Heredia, con su proximidad a la industria manufacturera y los parques tecnológicos, podría convertirse en un centro de innovación verde.
- **Biología y Ciencias de la Salud:** han crecido en el país, con la presencia de universidades que investigan en este campo. En Heredia, el Centro de Investigación en Biotecnología (CIB) de la Universidad Nacional, está impulsando proyectos en este ámbito, lo que facilita el crecimiento de startups enfocadas en soluciones de salud y biotecnología.

Dado el creciente interés en la región de Heredia con la creación del startup, el talento emergente de las universidades locales y el apoyo de políticas públicas favorables, se puede decir que el futuro de los startups en Heredia es de importancia. Con la expansión de espacios de coworking, la mejora del acceso al financiamiento, y el crecimiento del ecosistema de

innovación, Heredia tiene el potencial de convertirse en un hub importante para los startups tecnológicos en Costa Rica.

1.1.2 Delimitación del problema

La delimitación temporal de la investigación de la influencia del modelo Startup, tendrá un lapso del tercer cuatrimestre del 2024.

Martínez (2021) define la delimitación del problema de la siguiente manera:

La delimitación del problema no solo señala los límites geográficos y temporales de la investigación, sino que también establece las variables o factores a estudiar, lo que permite que el investigador enfoque sus esfuerzos en aspectos específicos, garantizando la viabilidad y claridad del estudio (p. 72).

- **Delimitación temporal**

El proyecto de investigación y actual documento, se desarrollará en un lapso comprendido entre el tercer cuatrimestre 2024.

González (2022), indica que la delimitación temporal en una investigación establece claramente el periodo de tiempo en el cual se observa y se analiza el fenómeno, ayudando a centrar todo lo relacionado con el estudio en un contexto temporal determinado.

- **Delimitación geográfica**

La investigación y el proyecto se llevará a cabo en el cantón central de Heredia.

Rodríguez (2021), indica que "la delimitación geográfica es esencial para enfocar el estudio en un área determinada, asegurando que los resultados sean representativos del contexto espacial definido" (p. 102).

1.1.3 Justificación

Según González (2020), "el uso excesivo de las redes sociales puede tener un impacto negativo en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios, lo que subraya la necesidad de una investigación más profunda en este campo" (p. 56).

Costa Rica ha experimentado un crecimiento importante con los emprendedores en el cantón central de Heredia, siendo esta una población joven y con un factor importante en la economía e innovación del país. Es importante conocer que el startup está transformando la economía local, para dar un enfoque empresarial, siendo totalmente innovador, generador de empleo y crecimiento económico, identificando oportunidades y desafíos.

Las empresas emergentes, involucran la innovación, productos o servicios que tienen competencia dentro un mercado variante, asumiendo riesgo y adaptabilidad.

De este modo, los startups, buscan un crecimiento rápido en un corto plazo y a un menor costo, generando empleo y desarrollo económico.

La investigación estará dirigida a los startups, fortaleciendo las estrategias empresariales, facilitando el desarrollo de una economía más competitiva y atractiva para los inversores, viéndose beneficiados los emprendedores, inversores, universidades y centros de investigación.

- **De conveniencia**

El análisis de la influencia del comportamiento del startup tiene como finalidad brindar conocimientos y oportunidad de crecimiento como fuente de ingreso a nivel familiar y personal.

Brindando las experiencias del startup y sus las herramientas tecnológicas y financieras para un emprendimiento exitoso.

- **De relevancia social**

Parte del análisis de comportamiento del startup es dar a conocer el rápido posicionamiento en el mercado, desarrollando oportunidades de trabajo y una creciente economía en corto plazo. El proyecto de investigación en el cantón Central de Heredia tiene como visión la inversión y atracción de los inversores.

- **De implicaciones practicas**

El presente trabajo, realizará una investigación del comportamiento del startup a considerar, para dar una mejor veracidad y ejemplo de las buenas prácticas de negocio.

- **De valor teórico**

El trabajo permitirá la ampliación de conocimientos relacionados al sector emprendedor y el análisis financiero para futuros proyectos.

- **De utilidad metodológica**

Diseñar un informe o documento para la toma de decisiones, con la realización de esta investigación se pretende brindar un aporte a las personas que tengan un emprendurismo similar.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Según González (2022), formular una pregunta de investigación clara y precisa es primordial, ya que es la que lleva a todo el proceso del estudio, ayudando a definir los objetivos y las metodologías que se utilizarán a lo largo de la investigación.

A partir del tema de la investigación, se busca responder a la siguiente pregunta:

¿Cuál es la influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024?

1.3 OBJETIVOS

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

En todo plan o proyecto se debe plantear el objetivo, es como parte del camino que sigue el proyecto y la solución de la necesidad que nace del proyecto.

1.3.1 *Objetivo general*

Según Pérez (2021), indica que el objetivo general de una investigación debe ser claro, preciso y formado con el propósito principal del estudio, ya que este guiará tanto el desarrollo de los objetivos específicos como las metodologías empleadas a lo largo del trabajo.

Analizar la influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024.

1.3.2 *Objetivos específicos*

García (2019) señala que:

Los objetivos específicos de una investigación son fundamentales para guiar las actividades del investigador. Estos deben ser claros, concisos y medibles. Cada objetivo debe contribuir directamente a la consecución del objetivo general, permitiendo que se establezcan procedimientos detallados para alcanzar las metas propuestas (p. 87).

Para la guía de investigación se determinarán los siguientes objetivos específicos:

- a) Determinar las limitantes que enfrentan los startups en el cantón central de Heredia con el financiamiento y adaptabilidad de sus productos o servicios.
- b) Identificar los modelos de negocio, innovaciones tecnológicas que están utilizando los startups para mantenerse competitivas dentro de un mercado actual.

- c) Desarrollar estrategias para el fortalecimiento del crecimiento de la empresa emergente, con herramientas de análisis financiero en dos escenarios el TIR y el VAN.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

El marco de referencia ayuda a la construcción teórica que le permitirá al investigador identificar y ubicar el problema dentro de un contexto más amplio, proporcionando la base necesaria para desarrollar el estudio. Es una lista de conceptos y teorías existentes, donde los estudios previos que se han realizado sobre el tema, permiten delimitar el alcance de la investigación y señalar posibles vacíos o áreas no exploradas.

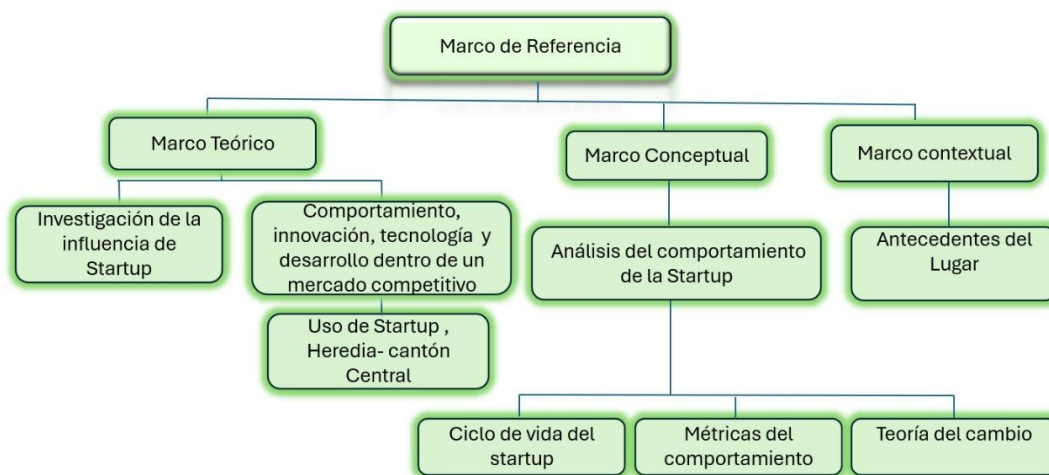
"El marco de referencia proporciona el sustento teórico y empírico necesario para abordar un problema de investigación, delimitando el alcance del estudio y situando la investigación en el contexto de trabajos previos y teorías existentes, lo cual permite identificar los vacíos en el conocimiento" (Sampieri, Collado & Lucio, 2020, p. 85).

El marco de referencia hace desarrollo a lo que se encuentra constituido por: el marco teórico, conceptual y contextual, en donde la investigación de la influencia del startup se va a ver contenida dentro del marco teórico, así como el comportamiento tecnológica y desarrollo dentro de marco competitivo en Costa Rica, con el fin de determinar el uso del startup en cantón central de Heredia.

En el presente capítulo, se denotará que el marco de referencia se compone principalmente de tres partes, el cual sería el marco teórico, el marco conceptual, y el marco contextual, dentro del marco teórico se va a tener el desarrollo de la investigación de la influencia de la startup, así como el comportamiento de la innovación y tecnología, de lo que es el desarrollo en un mercado competitivo en Heredia y cantón central, pasando al marco conceptual, se verá lo que es el análisis de comportamiento de la startup en tres partes principales, que serían el ciclo de vida del startup, métricas del comportamiento y teoría del cambio, para finalizar con el marco contextual en la cual se va a desarrollar los antecedentes del lugar.

Seguidamente, se muestra un mapa conceptual con el cual se pretende sea la guía para ir desarrollando este capítulo.

Figura 1 Marco de referencia



Fuente: "Elaboración propia"

2.1 MARCO TEÓRICO

El marco teórico se constituye con las diferentes opiniones de los autores que han trabajado en el fenómeno de estudio, así como teorías que a continuación se detallarán.

"El marco teórico es el conjunto de teorías, enfoques y antecedentes previos que orientan el desarrollo de la investigación, proporcionando una base conceptual que permite al investigador contextualizar el problema de estudio dentro de un campo de conocimiento determinado" (Creswell & Poth, 2020, p. 44).

Es el desarrollo de conocimientos y teorías existentes que dan acción a la investigación, ayuda a comprender y dar sentido al problema que se está estudiando, basándose en lo que ya se sabe sobre el tema, permitiendo identificar las teorías principales que explican el fenómeno en cuestión, y ver qué investigaciones previas han explorado problemas similares. Se puede decir que es como, un "antecedente" que orienta y conecta con el conocimiento acumulado, para que se pueda construir nuevas teorías y avanzar más en el tema.

El Marco Teórico está formado de la teoría que fundamenta el Proyecto, con base al planteamiento del problema que se ha propuesto, lo que quiere decir, el marco teórico sirve para plantear la teoría o conceptos, con el fin de desarrollar el proyecto que da vida a la tesina.

Los conceptos científicos, da a la investigación, parámetros y una guía coherente de conceptos, esto nos prepara para trabajar de una manera más rigurosa y detallada de la investigación.

La pirámide de Maslow a nivel mundial es la más conocida, sobre las necesidades de todo ser humano, creada en 1943 cuando el psicólogo estadounidense Abraham Maslow, el cual publicó una teoría sobre la motivación humana, la cual fue ampliada en el libro *Motivation and Personality*, en el año 1954, el enfoque de esta teoría, son las necesidades humanas, las cuales se deben satisfacer en un orden secuencial, este psicólogo explica que según las necesidades de los humanos se van realizando se avanza a las siguientes etapas o escalas de las pirámides, así como que ninguna de las posiciones o niveles de la pirámide es permanente y que el movimiento ascendente o descendente es continuo debido a las presiones o cambios del entorno, explica que es un camino o niveles que se tienen que completar para llegar a la felicidad y la búsqueda de elementos deseados será generadora de motivación.

Para Maslow hay que satisfacer las necesidades más básicas antes de satisfacer las críticas, la seguridad Maslow alude al menester del individuo de un entorno relativamente estable, seguro y predecible para vivir.

¿Qué es un startup?

Un startup es una empresa de reciente creación, que se basa en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para comercializar sus productos o servicios. Presenta un modelo de negocio escalable y su prioridad es crecer de manera ágil y rápida.

En los últimos años nos hemos familiarizado con el concepto *startup* o empresa emergente, que va más del emprendimiento, ya que supone una profunda transformación del concepto empresarial.

La necesidad de crear un startup, es de un capital menor al de las empresas tradicionales, una visión clara y un enfoque eminentemente tecnológico, los startups se apoyan en diferentes tipos de innovación para crecer de manera rápida y revolucionar la forma de emprender.

Hay que tener en cuenta que un startup, no es una pyme que recurre a Internet o a las redes sociales para comercializar sus productos o servicios y crecer; realmente, entre estos dos tipos de emprendimiento hay grandes diferencias.

Los startups en Costa Rica, han sido impulsadas por la innovación y la tecnología, como una respuesta a la necesidad del mercado. El país ha experimentado un crecimiento significativo en el emprendedurismo con personas jóvenes que buscan desarrollar sus ideas de negocio a bajo costo.

Características de un startup.

Idea innovadora

El inicio de un startup siempre será una idea novedosa, que trata de ofrecer soluciones disruptivas, a problemas cotidianos o bien explorar nuevas posibilidades con conceptos que la diferencien de cualquier otra propuesta empresarial.

Tecnología

El startup se apoya mucho en las tecnologías de Información y comunicación (TIC), para maximizar su alcance y presencia, así como para la propia gestión de sus operaciones empresariales.

Escalabilidad

Su potencial de crecimiento es exponencial, por lo que una de sus características es su velocidad para ampliar la producción y las ventas sin que el nivel de gasto se vea excesivamente afectado.

Juventud

Una de las características más relevante, el ambiente de los startups es joven y moderno, algo a lo que contribuye la evidente importancia y el predominio de la tecnología en su funcionamiento.

Alto nivel de riesgo

Todo depende del éxito de la idea de negocio; si el público meta no lo acepta como debería, el startup será un fracaso.

Evolución y fases de un startup

Etapas *pre-seed* o *idea*: desarrollo de un producto mínimo viable (MVP) y basarse en algo que se convertirá en algo real.

Etapas *seed* o *semilla*: el proyecto toma forma y busca el desarrollo de un producto mínimo viable que puedan probar clientes reales. Si los resultados respaldan la viabilidad de la idea, es el momento de presentarla a inversionistas mediante técnicas como el *pitch deck*, que resumen la visión y misión de la empresa, quién conforma el equipo, cuál es el producto o servicio que vende o cuál es el modelo de negocio, entre otros aspectos.

Etapas *early stage*: en esta fase temprana, el objetivo es mejorar el producto a partir de los feedback de los posibles clientes que lo prueban, así como detectar las mejoras que se pueden hacer y generar relaciones comerciales con vistas al futuro.

Etapas *growth stage*: en la fase de crecimiento, el producto ya se considera validado y es un momento de progresión rápida, en el que se contrata más personal y se realizan inversiones importantes. Asimismo, es fundamental que el flujo de caja sea positivo para generar confianza entre los inversores y respaldar el éxito del startup.

Etapa de expansión: el producto ya está consolidado en el mercado y el objetivo es ampliar fronteras, esto respecto a nichos de mercado. Aquí es fundamental conseguir más inversiones y llegar a acuerdos con grandes empresas que ofrezcan respaldo económico y en materia de infraestructuras.

Etapa de *exit* o salida: esta etapa hace referencia a la venta del startup, bien mediante la entrega de las acciones de los fundadores a otras empresas, mediante su salida a su absorción por una compañía más grande. No obstante, no todos los startups aspiran a llegar a esta fase, sino a consolidarse como empresas.

Tipos de *startups*

En función de crecimiento del startup, se puede hablar de distintos tipos de *startups*. Estas son algunas de las denominaciones más comunes:

- ***Scaleups*:** son startups con una trayectoria y una tendencia de crecimiento consolidadas. Han recaudado al menos un millón de dólares en financiación, su crecimiento durante los últimos tres ejercicios anuales ha sido del 20 % y el objetivo es escalar el negocio, ampliar mercados y llegar a más clientes.
- ***Startups centauro*:** su valor supera los 100 millones de dólares y no cotizan en bolsa.
- ***Startups unicornio*:** son aquellos startups valorados en más de un millón de dólares y que no tienen presencia en bolsa.
- ***Startups decacornio*:** su valoración supera los 10.000 millones de dólares y no han salido a bolsa.

Impulsamos tu proyecto tecnológico

Costa Rica ha emergido como un centro clave para el emprendimiento en América Latina, impulsado por la adopción de nuevas tecnologías, la innovación y una creciente cultura emprendedora, especialmente entre los jóvenes, quienes buscan crear startups a bajo costo para satisfacer las demandas del mercado (Rojas, 2021, p. 123).

La Startup, se define como una empresa emergente que busca resolver un problema a través de un modelo de negocio innovador, con la intención de crecer rápidamente y escalar en el mercado. Estas empresas suelen estar caracterizadas por su enfoque en la tecnología, la innovación y un alto nivel de incertidumbre.

Según Blank y Dorf: "Los startups son organizaciones temporales en busca de un modelo de negocio repetible y escalable" (2019, p. xvii). A diferencia de las empresas establecidas, que tienen un modelo de negocio claro, los startups están en una búsqueda constante de un modelo que funcione.

Se define como emprendedor a los individuos que identifican oportunidades de negocio y asumen riesgos para crear y gestionar nuevas empresas. Su capacidad para innovar, tomar decisiones estratégicas y adaptarse a los cambios del mercado es fundamental para el desarrollo económico y la generación de empleo.

"El emprendedor es aquella persona que identifica oportunidades de negocio, toma riesgos y utiliza recursos de manera innovadora para crear y desarrollar nuevas empresas, productos o servicios, con el objetivo de generar valor y crecimiento económico" (Díaz, 2020, p. 67).

Según Howard Stevenson (1989): "Emprender es la búsqueda de oportunidades sin tener en cuenta los recursos que actualmente controlas."

Joseph Schumpeter, definió emprendurismo como el tomar un riesgo y responsabilidad en el diseño e implementación de una estrategia de negocio o de empezar un negocio, e indica que el factor determinante en el emprendurismo es la innovación, sin embargo, además de la innovación se requieren un sin fin de puntos para poder dar estructura a esa idea.

La idea del emprendurismo abre muchas puertas, no solo para quien lo genera, sino que también para la sociedad, crea oportunidades de empleo y también de nuevos negocios, oportunidades de educación y superación de las personas generadoras del emprendurismo y de

quienes los rodean y el crecimiento económico de un país fomenta en su población que los individuos tengan intereses por tener un mayor nivel de educación, por lo que existe una relación positiva.

Los inversores son individuos o entidades que proporcionan capital a empresas o proyectos a cambio de una participación en la propiedad, un retorno financiero o beneficios futuros. Su inversión puede ser crucial para el crecimiento y la sostenibilidad de las startups y empresas en etapas tempranas.

Un tipo de inversor fondos que invierten en startups y empresas emergentes con alto potencial de crecimiento a cambio de participación accionarial. Buscan rendimientos significativos a través de la expansión de la empresa.

“El capital de riesgo se centra en identificar y financiar empresas que tienen el potencial de generar retornos exponenciales” (Gompers & Lerner, 2019)

Las incubadoras y aceleradoras son organizaciones que ofrecen apoyo a startups en sus etapas iniciales. Proporcionan recursos como espacio de trabajo, mentoría, acceso a financiamiento y redes de contacto. Su objetivo es ayudar a los startups a desarrollar su modelo de negocio y alcanzar la viabilidad. Ambas ofrecen servicios y recursos fundamentales para fortalecer el crecimiento de nuevas empresas, pero con diferencias clave en su enfoque y objetivos.

"Las incubadoras de empresas ofrecen un entorno favorable para emprendedores al proporcionarles apoyo en forma de mentoría, recursos tecnológicos y redes de contacto, con el objetivo de desarrollar sus proyectos y aumentar sus posibilidades de éxito en el mercado" (González & Pérez, 2021, p. 112). El rol fundamental de las incubadoras, es el apoyo al emprendimiento, enfocándose en su función de proporcionar recursos clave y un entorno que favorezca la maduración de las ideas de negocio.

Aceleradoras en Costa Rica:

Según López (2020), "las aceleradoras proporcionan a los startups recursos como financiamiento, mentoría y redes de contactos que facilitan su crecimiento rápido" (p. 112).

- **WAYRA Costa Rica:** Es la aceleradora de telefónica que ayuda a startups tecnológicas con un enfoque en digitalización e innovación, brindando acceso a capital, recursos y mentoría.
- **Seedstars Costa Rica:** Seedstars es una aceleradora global con presencia en Costa Rica, enfocada en startups tecnológicas emergentes con potencial global, ofreciendo financiamiento y conexiones internacionales.
- **Impact Hub San José:** Aunque es más conocido como un espacio de coworking, Impact Hub también funciona como una aceleradora, especialmente para startups sociales y ambientales que buscan generar un impacto positivo en la sociedad.

El coworking, es un modelo de espacio de trabajo compartido, que permite a profesionales, emprendedores, freelancers (trabajadores autónomos) y pequeñas empresas, trabajar en un entorno colaborativo, donde se comparten recursos, infraestructura y conocimientos. Las personas optan por el coworking, ya que pueden aprovechar las ventajas de un espacio común, que fomenta la interacción y la colaboración entre individuos de diferentes sectores y disciplinas.

"El coworking se ha consolidado como una opción popular para emprendedores y profesionales independientes, al ofrecer un entorno flexible, colaborativo y con acceso a recursos compartidos, lo que facilita la creación de redes y la innovación" (Serrano & Jiménez, 2020, p. 45). El coworking, no solo se basa en la infraestructura compartida, sino también en la creación de una comunidad que favorece la interacción y la colaboración, esenciales para el crecimiento personal y profesional.

Las incubadoras de empresas, se enfocan en apoyar a los emprendedores desde la etapa de sus ideas de negocio. Esto proporciona un entorno de apoyo, capacitación, asesoramiento y recursos compartidos, como espacios de trabajo y tecnología. Las incubadoras ofrecen

programas a más largo plazo, buscando que las empresas pasen por un proceso de maduración antes de estar listas para competir en el mercado.

Incubadoras en Costa Rica:

Según González (2018), "las incubadoras de empresas son fundamentales para ayudar a los startups a reducir riesgos, proporcionando asesoría, recursos y redes clave en sus primeras etapas" (p. 45).

- **ParqueTec:** Es una incubadora en el Parque Tecnológico de la Universidad de Costa Rica que apoya a emprendedores en sectores como tecnología, biotecnología y productos innovadores.
- **Incubadora de Empresas de la UCR:** Ofrece un programa integral de incubación para apoyar el desarrollo de empresas tecnológicas en Costa Rica, brindando servicios de mentoría, capacitación y financiamiento.
- **Incubadora StartUpUCR:** Apuesta por el emprendimiento universitario y tecnológico, ayudando a los estudiantes y egresados a desarrollar sus ideas en startups viables.

"Las incubadoras de empresas ofrecen un entorno favorable para emprendedores al proporcionarles apoyo en forma de mentoría, recursos tecnológicos y redes de contacto, con el objetivo de desarrollar sus proyectos y aumentar sus posibilidades de éxito en el mercado" (González & Pérez, 2021, p. 112). Las incubadoras apoyan al emprendimiento, enfocándose en su función de proporcionar recursos clave y un entorno que favorezca la maduración de las ideas de negocio.

Es por ello que se determina, que la implementación de la aceleración de las Startup, sería lo más recomendable para apoyar el negocio o servicio que desea emprender.

La innovación se refiere al proceso de desarrollar y aplicar ideas nuevas o mejoras significativas en productos, servicios, procesos o modelos de negocio que crean valor. Es un motor fundamental para el crecimiento económico y el avance social.

Según Joseph Schumpeter (1934): "La innovación es el motor del desarrollo económico, y es el emprendedor quien la lleva a cabo al introducir cambios en el proceso productivo."

La tecnología se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades, métodos y técnicas que se utilizan para crear herramientas, productos y servicios, así como para resolver problemas y mejorar la calidad de vida. Es una aplicación práctica del conocimiento científico.

Según Bill Gates: "La tecnología es solo una herramienta. En términos de hacer que los niños trabajen juntos y motivarlos, el maestro es el más importante." (BookBaker, 2024)

Los ecosistemas emergentes son entornos en los que interactúan diversos actores como startups, empresas establecidas, universidades, inversores y gobiernos para fomentar la innovación y el emprendimiento. Estos ecosistemas suelen caracterizarse por un alto grado de colaboración, la creación de redes y el intercambio de recursos y conocimientos.

Según González (2019): "Los ecosistemas emergentes no solo facilitan la creación de empresas, sino que también fomentan la innovación y el desarrollo económico a través de redes colaborativas."

Los insights (descubrimientos) es una comprensión profunda y reveladora sobre un tema específico, que a menudo proporciona una nueva perspectiva o solución a un problema. En el contexto empresarial y de marketing, los insights son valiosos para entender mejor a los clientes, identificar oportunidades y guiar la toma de decisiones.

"Los insights son descubrimientos que permiten ver los problemas desde una nueva perspectiva, ayudando a las empresas a generar soluciones creativas y estrategias efectivas basadas en un entendimiento profundo de las necesidades y comportamientos de los consumidores" (Brown & Johnson, 2020, p. 92).

Según Peter Drucker: "La mejor manera de predecir el futuro es crearlo." Esto resalta la importancia de los insights en la planificación estratégica.

El startup nace de la innovación para crecer de manera rápida y revolucionar la forma de emprender. Nacen en la década de los 50 en Silicon Valley. Su orientación no se establece solo

en su localidad, ésta pretende expandirse a menor tiempo y mayor éxito, ese es su enfoque principal.

De la innovación nace el startup, las soluciones creativas que conforman la base de su actividad, con el talento buscan talento de forma global, el empleo su perfil en más orientado a la tecnología, su crecimiento y riesgo, es todo o nada, si en dado caso no se logra el objetivo es fácil reconducirlas y si lo logran su crecimiento es exponencial.

"La innovación es un motor clave para el crecimiento económico y la competitividad empresarial, al permitir la creación de valor mediante nuevas ideas, productos, servicios o procesos que responden a las necesidades cambiantes del mercado" (Drucker, 2020, p. 45).

Como bien se ha mencionado sus características son las siguientes: innovación, tecnología, escalabilidad, juventud y alto nivel de riesgo.

Es importante mencionar que el startup, según Fodor, su duración es de 24 meses, para que esta siga denominándose un startup, pero pasado ese tiempo es una empresa como cualquier otra. Un startup inicialmente es pequeño, financiadas por personas fundadoras o una persona en específico.

El gobierno local apoya a reactivación económica del sector comercial, y ante esto la municipalidad de Heredia como parte de su gestión en reactivación económica realizó una importante alianza con la empresa Advance Learning dirigida al sector de patentados del cantón para fortalecer el crecimiento de sus negocios a través de talleres gratuitos que promueven el uso de herramientas tecnológicas.

En esta iniciativa participaron 137 emprendimientos de los cuales las mujeres figuran como mayores usuarias y hombres un porcentaje menor.

La Licda. Jéssica Ocampo Solís, representante Legal de Advance Learning asegura que se sienten gratamente honrados de aportar a la comunidad del cantón de Heredia a través de webinaros tecnológicos que permiten el acompañamiento y el apoyo al sector productivo en épocas de grandes retos.

La municipalidad de Heredia, con el programa “Heredia Emprende”, a través del Servicio de Intermediación Laboral, dio capacitación sobre “Plan de Negocios”, donde participaron 24 personas emprendedoras, quienes concluyeron con éxito etapa de formación. Nace con el objetivo de impulsar ideas de productivas o negocios que ya están en marcha, dotando a sus participantes de diferentes herramientas y conocimientos que les permitan materializar su idea o emprendimiento. Este proyecto es posible gracias al trabajo de la Oficina de Intermediación Laboral y a los programas de fortalecimiento de instituciones como el Instituto Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), PYMES, Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) y el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). (Heredia, 2018). El Gobierno local hace evidente su compromiso por fortalecer el programa Heredia Emprende a través de acciones concretas de formación y apoyo para las ideas productivas del Cantón, apoyando a los pequeños emprendedores.

El crecimiento de los nuevos emprendimientos surge para aprovechar oportunidades de mercado y estilo de vida, para potenciar el impacto en el desarrollo económico del país.

En la actualidad, se ha desarrollado un creciente interés en fomentar el nacimiento de empresas innovadoras e intensivas en tecnología, a las que comúnmente se les denomina startups, esto promueve el desarrollo económico y un cambio en las empresas formales para ver el éxito.

En diferentes países se destacan por sus políticas incentivadoras de la creación de startups, tales como, Brasil, Chile, Colombia y Perú. Todos estos tienen instrumentos que ayudan a financiar a las empresas tecnológicas e innovadoras, brindando el capital semilla.

En Costa Rica, se cuenta con el programa de capital semilla en el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD), pero no se tiene la capacidad para estar al nivel de los países vecinos que ya han iniciado un startup.

"El capital semilla juega un papel crucial en las primeras etapas del emprendimiento, permitiendo a los emprendedores dar los primeros pasos hacia la formalización de sus proyectos. A su vez, el sistema de banca para el desarrollo facilita el acceso a crédito y otros servicios financieros para pequeñas y medianas empresas que contribuyen al desarrollo económico de las regiones" (Córdoba & Rodríguez, 2021, p. 54). Son elementos clave para fomentar el crecimiento de nuevos negocios, especialmente en contextos donde el acceso al financiamiento es limitado o difícil de conseguir.

Características del capital semilla:

- **Alta toma de riesgos:** Dado que se otorga a empresas en etapas muy tempranas, el riesgo de que el proyecto fracase es considerablemente alto.
- **Aportación de fondos:** El capital semilla puede provenir de inversores ángeles, fondos de capital riesgo, incubadoras de empresas o incluso familiares y amigos.
- **Fase de crecimiento temprano:** Se utiliza principalmente en la etapa de ideación o desarrollo de un producto o servicio, cuando la empresa aún no está en condiciones de generar grandes ingresos.

Fuentes de capital semilla:

- **Inversores ángeles:** Personas con capital que invierten en nuevas empresas a cambio de participación accionaria.
- **Aceleradoras e incubadoras:** Muchas incubadoras y aceleradoras ofrecen capital semilla junto con mentoría y otros recursos.
- **Gobiernos y organizaciones sin fines de lucro:** Algunos gobiernos ofrecen programas de capital semilla a través de agencias de desarrollo económico o fondos destinados a promover el emprendimiento.

Características del sistema de banca para el desarrollo:

- **Enfoque en la inclusión financiera:** Su objetivo principal es brindar acceso a servicios financieros a sectores desatendidos, como microempresas o poblaciones rurales.

- **Condiciones más favorables:** Los préstamos y otros servicios financieros suelen ofrecer tasas de interés más bajas y plazos más largos que los bancos tradicionales.
- **Fomento de proyectos de impacto social y económico:** Este tipo de banca se enfoca en financiar proyectos que tengan un impacto positivo en el desarrollo económico y social de las comunidades.

En Costa Rica hay un aproximado de 500 empresas multinacionales de media y alta tecnología, siendo líderes en la materia y que en su mayoría han surgido emprendimientos, de personas que decidieron aprovechar alguna oportunidad de mercado.

"Costa Rica ha logrado posicionarse como un centro de innovación y tecnología, con más de 500 multinacionales instaladas, y muchas de ellas actúan como catalizadores para el emprendimiento local, generando tanto oportunidades de negocio como una red de conocimiento que los emprendedores aprovechan para lanzar nuevos productos y servicios" (Mora & Rojas, 2022, p. 89).

El crecimiento del sector de tecnología en Costa Rica, y la presencia de empresas multinacionales, no solo han impulsado la economía local, sino que también han fomentado un ambiente propicio para el emprendimiento, esto con base en la experiencia de las personas que trabajaron en estas grandes empresas y que han logrado identificar oportunidades de mercado, creando emprendimientos que aprovechan su experiencia en tecnología, innovación y gestión empresarial. Así, el país ha logrado crear un ecosistema vibrante que combina la experiencia de multinacionales con la creatividad y flexibilidad de los emprendedores locales.

Características de las 'startups' ticas.

Un 40 % de los creadores señalaron haber introducido nuevos productos o servicios al mercado, un 70,3 % afirmó que sus consumidores calificaban sus productos de muy originales, el 57,8 % consideró estar por encima de sus competidores y un 49,2 % estimó haber introducido productos mucho más novedosos que su competencia.

En cuanto a los emprendedores propiamente, la mayoría eran jóvenes de entre 20 y 35 años, el cual en su mayoría tenían educación universitaria (un 49,1%) cuando iniciaron con sus empresas y solo un 17 %, educación primaria.

Además, un 44 % afirmó haber recibido alguna capacitación en la multinacional donde trabajó, y eso le fue útil al abrir su propia empresa. Un 20,6 % manifestó haber adquirido redes de contactos de negocios mientras trabajó en las multinacionales.

Con respecto a las habilidades adquiridas, los emprendedores destacaron la capacidad de trabajar en equipo (un 70,3 %), seguido de relacionarse con otros (un 56 %) y el conocimiento técnico (un 52 %).

La mayoría de los emprendedores (el 59,4 %) señaló haber tenido problemas para el financiamiento a través de fuentes externas. Del mismo modo, lo que resalta en la actualidad, demuestra que el desempeño de estos startups es superior al de otros emprendimientos.

Según lo que se menciona anteriormente, se debería crear una red de apoyo a los emprendimientos que surgen de personas exempleados de las empresas multinacionales, ya que cuentan con mejores conocimientos para alcanzar el éxito, basado en la experiencia que tuvieron en un campo transnacional, es por ello que debería contar con el Sistema de Banca para el Desarrollo, la Promotora de Innovación e Investigación, el Instituto Nacional de Aprendizaje y los Ministerios de Comercio Exterior y de Economía, Industria y Comercio. (Centroamerica, 2024)

Según Dreux IV [...] sugiere que desde la perspectiva financiera las empresas familiares normalmente operan sin un sistema burocrático rígido, las decisiones son tomadas con rapidez e intuitivamente, muchas de ellas tienden a orientarse hacia las ventas y la producción, dejando las finanzas y la planeación en un segundo plano y sus dueños las dirigen con un soporte gerencial limitado. Por ello se plantea que una correcta comprensión de estas organizaciones y con una adecuada planeación en ellas, podría influir positivamente en su consolidación y continuidad [...]. (p.101-102)

Al ser un startup, el financiamiento es delimitado en entidades de préstamo, pero el Banco de Costa Rica y el Banco Popular tiene capital de riesgo, respaldando la deuda, dando un aval al préstamo, ya que estas entidades lo que evalúan con afinidad es el tema de tecnología e innovación.

Para que un startup pueda sacar adelante sus propuestas, es necesario contar con financiación externa, que puede ser de diversos tipos.

Tipos de financiación para startups

- *FFF (family, friends and fools)*: se trata de amigos, familiares y personas cercanas a los fundadores que aportan capital al comienzo de la aventura empresarial.
- *Business angels*: son personas que deciden respaldar el proyecto e invertir una cifra normalmente inferior a los 50. 000 euros. Su implicación en la empresa suele ir más allá del apoyo económico.
- *Seed capital* o capital semilla: se trata de capital que se invierte en la empresa cuando aún no genera beneficios. Esta inversión se cimenta en el potencial de la idea y el equipo que la desarrolla.
- *Venture capital* o capital riesgo: el startup suele estar estable, pero no consolidada del todo, por lo que la inversión sigue entrañando un riesgo alto. Fondos de inversión especializados aportan cifras bastante elevadas en distintas rondas de financiación.
- *Private equity*: el capital de inversión solo suele llegar a las empresas emergentes cuando estas ya están prácticamente consolidadas, pero precisan de una inversión importante para continuar con su expansión.

En Costa Rica, el capital de riesgo es una de las principales fuentes de financiamiento para startups y emprendedores innovadores, tanto el Banco de Costa Rica (BCR), como el Banco

Popular, han jugado un papel clave en el apoyo a las nuevas empresas mediante sus iniciativas de inversión. Estas instituciones financieras tienen programas diseñados específicamente para apoyar a startups, especialmente aquellas en etapas tempranas que buscan recursos para crecer, innovar y expandirse.

"Costa Rica ha logrado posicionarse como un centro de innovación y tecnología, con más de 500 multinacionales instaladas, y muchas de ellas actúan como catalizadores para el emprendimiento local, generando tanto oportunidades de negocio como una red de conocimiento que los emprendedores aprovechan para lanzar nuevos productos y servicios" (Mora & Rojas, 2022, p. 89).

Capital de riesgo del Banco de Costa Rica (BCR): es una de las principales entidades financieras del país que ha implementado varias iniciativas relacionadas con el capital de riesgo, para fomentar el emprendimiento y la innovación tecnológica en Costa Rica. Tiene programas y fondos dedicados a financiar startups y pequeñas empresas, con un enfoque especial en aquellas que operan en sectores estratégicos, como la tecnología, la innovación y la sostenibilidad.

Fondos de Capital de Riesgo del BCR:

1. **Fondo de Inversión BCR Capital:** tiene como objetivo financiar empresas de alto potencial de crecimiento, principalmente startups tecnológicas o innovadoras, mediante la inyección de capital de riesgo. El banco busca apoyar a las empresas en su proceso de escalabilidad, brindándoles acceso a recursos financieros, así como a una red de contactos clave para su desarrollo.
2. **Apoyo a la Innovación:** se involucra en el financiamiento de proyectos innovadores a través de alianzas con incubadoras y aceleradoras de startups. Ofrece recursos y

asesoría financiera a los emprendedores, buscando que estos proyectos sean sostenibles y rentables a largo plazo.

Capital de riesgo del Banco Popular y de Desarrollo Comunal: es un actor clave en el tema financiero de Costa Rica, en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) y los emprendedores. Además de su labor como banco tradicional, ha mostrado un compromiso fuerte con el desarrollo económico inclusivo y la financiación de proyectos innovadores mediante la inversión en capital de riesgo.

Fondo de Capital de Riesgo del Banco Popular:

1. **Fondo de Inversión Banco Popular:** diseñado para apoyar a empresas en sus primeras etapas de desarrollo, especialmente aquellas con alto potencial de innovación y crecimiento. Al igual que el BCR, el Banco Popular se enfoca en startups tecnológicas y proyectos emprendedores que busquen crear un impacto social y económico positivo. El fondo ofrece capital de riesgo, asesoría técnica y vinculación con otras fuentes de financiamiento para que los startups puedan desarrollarse y alcanzar la sostenibilidad.
2. **Programa de Crédito a Emprendedores:** tiene líneas de crédito especiales para emprendedores y PYMEs que necesiten apoyo financiero para lanzar sus proyectos. Este tipo de financiamiento también ayuda a los startups a cubrir sus costos operativos y de expansión, impulsando su crecimiento dentro del ecosistema empresarial del país.

Los startups pueden obtener el financiamiento necesario para innovar y escalar, para la creación de nuevos productos, generación de empleo y la contribución al crecimiento económico del país.

Beneficios del capital de riesgo para los startups:

1. **Apoyo en etapas tempranas:** aquellas que no pueden acceder a fuentes tradicionales de financiamiento, pueden beneficiarse del capital de riesgo, ya que este tipo de inversión

se destina principalmente a empresas en etapas tempranas, con alto riesgo pero también alto potencial de retorno.

2. **Acceso a asesoría y redes de contacto:** recibir asesoría técnica, mentoría y acceso a redes de contactos que les permitan mejorar su modelo de negocio, optimizar procesos y acceder a nuevas oportunidades de negocio.
3. **Inyección de capital para la escalabilidad:** aparte de costos iniciales, se utiliza para la escalabilidad de los startups, permitiéndoles expandirse a mercados más grandes y fortalecer su presencia en la industria.

Según las estadísticas de uso relacionadas con el capital de riesgo y financiamiento en Costa Rica son las siguientes:

1. **Inversión en capital de riesgo:**

- En un informe de Inverlink (2022), se indicó que la inversión en capital de riesgo en América Latina ha crecido un 30% anual en los últimos años. Costa Rica ha sido uno de los países destacados en Centroamérica que ha atraído inversiones en startups tecnológicas, especialmente en sectores como fintech, healthtech, y edtech.

2. **Uso de plataformas de crowdfunding:**

- En Costa Rica, el uso de plataformas de crowdfunding (financiamiento colectivo) ha aumentado en los últimos años. Aproximadamente el 15% de los startups en el país han utilizado plataformas como Kickstarter o Indiegogo para financiar sus proyectos, según la Cámara de Comercio de Costa Rica. Estas plataformas permiten a los emprendedores acceder a una red global de inversionistas interesados en financiar proyectos innovadores.

Algunas de las instituciones que aportan capital de riesgo y fondos de inversión son:

- **Fundación Costa Rica-Estados Unidos para la Cooperación (CRUSA)**

La Fundación CRUSA apoya proyectos de innovación y desarrollo de nuevas empresas a través de sus fondos de inversión y capital de riesgo. **Sitio web:** www.crusa.cr

- **Fondo de Capital Semilla de la Fundación Promotora del Desarrollo Comunal (FPDC)**

La FPDC es un organismo del gobierno costarricense que facilita fondos de capital semilla para emprendedores. Ofrece recursos y financiamiento para pequeñas empresas que necesitan un empuje inicial. **Sitio web:** www.fundacioncomunal.org

- **MICA (Microfinanciera para el Desarrollo).**

Ofrece microcréditos a emprendedores y pequeñas empresas en Costa Rica, especialmente aquellos proyectos que buscan generar impacto social y económico en la comunidad. **Sitio web:** www.mica.co.cr

2.1.1 Pequeñas y Medianas Empresas en Costa Rica

De acuerdo con el Undécimo Informe sobre el Estado de la Nación en Desarrollo Humano y Sostenible (s.f.) una PYME es “toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de recursos físicos estables y de recursos humanos, los maneje y opere, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios”. (p.5)

(González & Pérez, 2020), “Estas fuentes proporcionan una definición clara de las PYMEs en Costa Rica, destacando su importancia tanto en el contexto económico local como en su contribución a la creación de empleo e innovación.” Motor de la economía en países en desarrollo. Son empresas con bajo capital, pero alta capacidad de innovación y adaptación a los cambios del mercado actual.

López & Mora indican que las PYMES en Costa Rica deben cumplir con las disposiciones legales requeridas para poder operar en el país, algunas de estas obligaciones son: pago de cargas sociales, obligaciones tributarias y laborales, entre otras.

Según los datos del Ministerio de Economía, Industria y Comercio se indica que:

“Para el 2017 las Pymes, representaron el 97,5 % del parque empresarial a nivel nacional, al registrarse un aumento de 125.198,00 en el 2019 a 133.765 en el 2021, para un incremento del 6,8%.

Los datos por provincias ubican a San José con la mayor cantidad de empresas de menor tamaño, para un total de 53.208,00 en el 2019. Las provincias de menor desarrollo empresarial han sido Limón con 5.599,00 empresas, seguida por Guanacaste con 9.343,00.

La distribución de Pymes según sector, indica que las dedicadas a actividades comerciales se han mantenido constantes durante el periodo en análisis, a excepción del año 2019, donde se muestra una disminución de las pequeñas empresas con un 17,8%, un aumento de las microempresas de 72,9%, las medianas con 6,0% y las empresas grandes con 3,3%.

Las empresas agropecuarias, -conocidas como PYMPAS-, mayoritariamente son microempresas. En el 2017 representaron el 84,9%, mientras que las pequeñas representaron un 10,8% y las medianas un 2,7%”. (Ministerio de Economía, 2021, p1)

Según lo indicado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de la Situación de las Pymes en Costa Rica, representaron el 97,5% del parque empresarial lo que al analizar y ver se puede estudiar el impacto que ocasiona esto a nivel de sociedad, crecimiento del sector y a nivel de empleos en la zona.

A continuación, se visualiza mediante la siguiente tabla los datos que presenta el crecimiento de las Pymes, del año 2019 al 2021.

Tabla 1 *Datos Pymes en Costa Rica*

Sector	Participación de las Pymes en el 2019	Participación de las Pymes en el 2021
Microempresas	102.177,00	108.079,00
Pequeñas Empresas	15.277,00	16.900,00
Medianas Empresas	4.760,00	5.409,00
Total	122.214,00	130.388,00

Fuente. "Elaboración propia", datos del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (2019).

Según con la información emitida por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio este sector tiene un gran crecimiento, representan una parte considerable del sector productivo y aporta gran oportunidad de crecimiento y oportunidades de empleo.

Existen diferencias entre un startup y una pyme y que es de importancia tener presente, como son los siguientes:

- **Orientación:** las pymes se orientan hacia un mercado local o nacional (aunque hay excepciones), mientras que los startups suelen arriesgar y ser ambiciones a nivel global, esto desde un principio.
- **Innovación:** es la identidad de los startups, no solo con respecto a la forma de comercializar sus productos o servicios, sino también en cuanto a las soluciones creativas que conforman la base de su actividad.
- **Inversión:** para los startups, las inversiones externas son fundamentales para su desarrollo, mientras que el capital externo no suele ser determinante para las pymes.

- **Talento:** las pymes suelen recurrir al mercado local para encontrar empleados, mientras que los startups buscan talento de forma global.
- **Empleo:** los perfiles del startup están orientados a la tecnología, algo que en las pymes no es tan habitual.
- **Crecimiento y riesgos:** los startups arriesgan todo; si la idea no tiene el éxito esperado, es mucho más difícil reconducirlas, pero si lo logran, el crecimiento exponencial. En cuanto a la pyme, su crecimiento es más lento y lineal, pero lo normal es que vean resultados y beneficios a corto plazo, ya que el inicio de su actividad suele estar orientado a ganar dinero cuanto antes.

Con la información anterior, se puede interpretar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país, la creatividad y la innovación es parte de unas de las principales características que inician la trazabilidad del startup, lo cual ha sido un pilar importante para su crecimiento, siendo atractivo para los inversores y así aumentar sus ingresos a corto plazo.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual proporciona las bases teóricas para orientar la investigación, permitiendo la identificación de variables y su relación dentro del campo de estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2020).

Conjunto de conceptos, teorías y antecedentes que se utiliza para abordar y entender el problema de investigación. Se establece el contexto teórico en el que se enmarca la investigación y se guía el desarrollo de hipótesis y objetivos. Tiene como propósito fundamentar teóricamente el estudio, ofrecer una comprensión profunda del problema de investigación y ubicarlo en el contexto de teorías. Por este medio, se clarifican las ideas y se facilita el análisis de los resultados dentro de una estructura teórica.

2.2.1 Ciclo de vida del startup

El ciclo de vida del startup, inicia ante desafíos y oportunidades, hasta llegar a una etapa de madurez, teniendo comportamientos únicos hasta llegar al éxito en el mercado actual del startup. En el proceso de vida, la ide de negocio, la creación, innovación, la adaptación y estrategias serán de gran ayuda para impulsar el crecimiento y sostenibilidad.

“El ciclo de vida de un producto describe las etapas desde su introducción hasta su eventual declive, con implicaciones significativas en la estrategia de marketing y la gestión empresarial” (Kotler & Keller, 2020).

Todo esto, permite a los emprendedores ver y responder las exigencias del mercado, sino que también ayuda a desarrollar una cultura organizacional resiliente que fomente la innovación y la agilidad, logrando obtener una visión más clara de los factores que determinan el éxito o el fracaso en el competitivo mundo de los startups.

Algunas de las fases del ciclo de vida son:

- Identificación de la oportunidad o problema que necesita una solución.
- Creación de un Producto Mínimo Viable (PMV) – prototipo.
- Introducir el producto en el mercado, por medio de marketing, haciendo un monitoreo del comportamiento de los clientes con el producto. Para realizar el análisis de mercado, se puede realizar mediante entrevistas y estudios de mercado.
- Expansión rápida, mejorando el producto y expandiendo a otros mercados. También se establece el nombre y marca en el mercado, para dar a conocer la identidad.
- Estabilidad y viabilidad del negocio.

- Innovación y adaptación ante los cambios en el mercado, fortaleciendo la cultura interna para fomentar la creatividad y la adaptabilidad.
- Enfrentamiento de los desafíos que pueden llevar a una crisis, pero al mismo tiempo reinventarse y transformando su actividad.

La capacidad del startup para adaptarse y evolucionar en respuesta a cambios en el entorno y en las necesidades del cliente es crucial para su éxito en el tiempo establecido para lograr ser una empresa sólida.

Según Jim Collins: "Los startups exitosos tienen una cultura que les permite enfrentar los desafíos con agilidad y resiliencia." (J, 2018).

2.2.1.1 Métricas de comportamiento

Las métricas del comportamiento proporcionan datos esenciales sobre la interacción de los usuarios con un sitio web o plataforma digital, permitiendo a las empresas ajustar sus estrategias de marketing digital y mejorar la experiencia del usuario (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2021).

Es esencial el poder medir el comportamiento de la empresa y sus clientes, para que tengan éxito y poder mantenerse en el mercado actual; estas pueden ayudar a tener una visión detallada y el poder cuantificar el rendimiento, permitiendo identificar las áreas de mejora, hacer un análisis de los resultados y así tomar decisiones para un crecimiento positivo. En la medición del comportamiento del startup, también se puede mostrar las fortalezas, facilitando la implementación de estrategias.

Realmente es importante tener en cuenta la satisfacción del cliente, para generar una atmosfera positiva en el mercado actual, dándose a conocer por sus buenos comentarios.

Los emprendedores, deben ser constantes en sus métricas y monitoreos, ya que, para el desarrollo y crecimiento del startup, puede ser significativo.

Algunas métricas para evaluar el comportamiento de un startup serían:

- Runway. Medir el tiempo en que pueda operar un startup con su inversión inicial, hasta quedarse sin dinero.

En este caso, se divide el capital inicial / posible gasto, generando la cantidad de meses posibles para mantenerse activo en el mercado actual, antes de requerir algún financiamiento.

Su fórmula sería:

$$\text{RUNAWAY} = \frac{\text{CAPITAL DISPONIBLE}}{\text{GASTOS MENSUALES}}$$

Para mantenerse activo dentro de un mercado competitivo y dentro de los meses que se requiere hasta llegar a ser una empresa sólida, se recomienda generar los gastos mínimos, buscar los productos en tendencia y buscar inversiones para mejorar el startup, esto ayuda a buscar una mejor planificación para tomar decisiones importantes para alcanzar la viabilidad.

Runaway significa cuánto tiempo tiene su empresa para gastar todo el dinero que tiene destinado para el proyecto.

Se sabe que los startups no son fáciles de emprender, el descubrimiento de clientes, desarrollo de productos y la adecuación del producto al mercado realmente es muy complicado. Es por ello, que será mejor tener un control de los gastos y así, esté bajo control. (Fonseca, 2023)

Existen dos tipos de runaway:

Financiero: se enfoca en la liquidez y los recursos financieros.

De Producto: el tiempo es necesario para desarrollar y lanzar un producto al mercado.

Finalmente, los startups deben ser ágiles para moverse según las condiciones del mercado y la disponibilidad de capital.

- Product-Market Fit (PMF). Evaluar si el producto satisface la necesidad del mercado.

Es clave para el éxito de cualquier startup. Fue acuñado por Marc Andreessen, fundador de Netscape, y se refiere a la situación en la que un producto o servicio satisface las necesidades de un mercado específico. (Poveda, 2024). Este se alcanza cuando se encuentra una demanda alta en el mercado y que los clientes están dispuestos a pagar. Como llegar a esto:

Identificar necesidades no satisfechas: buscar los problemas que no son resueltos con los productos o servicios actuales.

Desarrollar una propuesta de valor clara: que lo hace único ante el resto.

Crear un prototipo: se lanza el mejor producto prototipo y luego se analizan los resultados de los clientes.

Hacer un feedback y mejorar: es usado para hacer mejoras en el producto y estrategias de mercado.

Según Marc Adressen, describe el momento en que una empresa encuentra un mercado fuerte y ofrece un producto que encaja perfectamente con las necesidades de ese mercado. (Yuste)

- Gross margin. Calcular los porcentajes de ventas, para ver la rentabilidad. Es una métrica financiera que muestra la eficiencia con la que la empresa utiliza sus recursos, generando rentabilidad, eficiencia operativa y comparativa. Lo que indica que se tiene mayores ingresos para una mayor rentabilidad.

2.2.1.1.1 Teoría del cambio

La teoría del cambio es una herramienta clave en la planificación de intervenciones sociales, ayudando a identificar los procesos y resultados esperados mediante una lógica clara de causa y efecto (Béné, Godfrey Wood, Newsham, & Davies, 2020).

Permite definir un camino claro en conjunto con sus objetivos y evaluar como impactan en los resultados.

La teoría del cambio en los negocios, es un concepto fundamental que abarca un conjunto de principios y estrategias que influyen en el desarrollo y evolución de una empresa. En esta teoría, se revela un panorama detallado de cómo los cambios internos y externos pueden impactar en la operatividad y el éxito de un negocio. (Triunfa Emprendimiento, 2024). Esto implica adaptarse a nuevas tendencias, cambios en la demanda del cliente, innovación tecnológica que llevan al éxito de la empresa.

Dentro de la teoría de cambio, existen modelos, factores y gestión de cambio, el cuál involucran cambios en las preferencias y comportamientos del mercado, tecnologías que pueden ayudar a mejorar la oferta de productos y las existan cambios en las leyes, afectando la actividad de la empresa.

A medida que un startup se expande, debe adaptarse a nuevos mercados y condiciones. Por eso deben estar atentos a los cambios de estrategias, en las actividades diarias y en el enfoque que se le quiere dar al cliente.

Tal es el caso de Airbnb un ejemplo de startup, que en la pandemia tuvo que adaptarse al rápido cambio de la demanda, enfocándose en viajes locales y alquileres en otros lugares, así lograron sobrevivir ante el gran desafío de la pandemia, siendo una de las plataformas de alojamiento más grande del mundo. Es aquí donde demuestra que se puede adaptar y crecer mediante cambios estratégicos e innovación continua.

En conclusión, la teoría del cambio en el comportamiento de un startup abarca la evolución desde la identificación de un problema, hasta la adaptación continua y la escalabilidad generada por lo externo e interno del mercado actual, siendo dinámico, flexible y adaptación.

Para que un startup tenga éxito, debe tener en cuenta los siguientes análisis:

2.2.1.1.1 Análisis de mercado

El estudio de mercado es uno de los elementos más importantes cuando se requiere la elaboración de un proyecto de inversión. Su objetivo es que los consumidores tengan la necesidad de adquirir un producto o servicio, es decir, proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la manera de suministrar el producto a los consumidores. (Adalid Medina, 2019, p. 28).

Un mercado cambiante, involucra los siguientes términos:

- **Producto:** Es lo que la empresa ofrece al mercado, ya sea un producto o servicio y así poder satisfacer las necesidades del cliente o los usuarios.
- **Precio:** valor que se le da al producto, considerando que sea accesible para el cliente, aún así determinando los costos que se puedan adquirir.
- **Plaza:** Es el mercado al que va a dirigir el producto o servicio hasta llegar a las manos del consumidor.
- **Promoción:** Son las estrategias para dar a conocer el producto y con ellos incrementar las ventas.
- **Demanda:** Predice que cantidad de producto comprarán los consumidores para un determinado precio del producto **Oferta:** Que predice cuanto producto será puesto a la venta para un determinado precio a la venta.

Análisis económico.

El análisis económico se utiliza para evaluar cómo se asignan los recursos escasos entre diversas opciones, considerando tanto los costos como los beneficios, y previendo los impactos de distintas políticas en el bienestar de los individuos y las sociedades (Mankiw, 2021).

Es fundamental para la toma de decisiones, proporcionando una base sólida para las políticas económicas y las estrategias empresariales. El objetivo del análisis económico es comprender cómo se distribuyen los recursos en una economía y prever las consecuencias de ciertas decisiones o cambios.

Es la situación económica y financiera existente. El startup no tiene proyectado el gasto que pueda generar en su emprendimiento, pero si es medible y generador de ingresos, beneficiando la economía del país, es por ello que asumen riesgos, validando su estabilidad en el mercado local en un lapso de no más de 24 meses, para luego establecer como empresa sólida.

Análisis financiero

El análisis financiero es basado en los reportes económicos proyectados, se establece la rentabilidad del Proyecto. El uso del capital requiere obtener una utilidad, basada en el costo del capital, que puede definirse como la tasa de rendimiento mínima que deberían recibir los inversionistas con motivo de sus aportaciones. (Medina, 2019, p, 35)

El análisis financiero tiene como fin; ordenar, sistematizar y considerar los beneficios futuros del proyecto con base a toda la información de origen monetario que está involucrado con el proyecto, logrando evaluar de forma confiable todos los aspectos económicos y así poder determinar la rentabilidad monetaria, porcentual y el periodo de recuperación descontada de la inversión para conocer la conveniencia del emprender o no un proyecto de inversión, para los inversionistas es de suma importancia el estudio financiero, ya que les indica si vale la pena o no vale la pena invertir en el proyecto.

Por lo tanto, se puede considerar que las finanzas tienen gran afectación en las decisiones individuales, relacionadas a cuánto dinero gastar con referencia a los ingresos, y de qué modo reinvertir el dinero excedente. A nivel empresarial, las finanzas involucran el mismo tipo de decisiones, en cómo duplicar el dinero de los inversionistas, cómo generar mayores utilidades y conocer cuál es el método o las opciones más conveniente para reinvertir las ganancias de la empresa.

Las definiciones de los componentes del análisis financiero las podemos detallar de la siguiente manera:

Flujo de efectivo Neto. Los flujos de efectivo neto resultan de la diferencia entre los ingresos y egresos de efectivo del proyecto. Tiene como propósito medir la rentabilidad del proyecto, medir la rentabilidad de los recursos propios y medir la capacidad de pago que tiene la empresa o el proyecto, para asumir la capacidad de las obligaciones diarias.

Los ingresos de efectivo son suministrados de las ventas que ha tenido el producto o servicio, como de las recuperaciones de las cuentas por cobrar o venta de activos que estén involucrados en la operación.

Los egresos son todos aquellos gastos y costos en los que incurre la empresa o el proyecto, así como los impuestos, pagos a proveedores.

Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto, es un procedimiento el cual, se pueden calcular el valor de un determinado flujo de caja, se logra descontando en el momento actual todos los flujos de caja proyectado y se procede a restar la inversión inicial, el resultado es el valor actual neto.

El Valor Actual Neto se determina de la siguiente manera:

$$VAN = \sum_{T=1}^N \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

V_t = Representa los flujos de efectivo por cada uno de los periodos.

I_0 = Es el número de periodos considerado.

K = Es el tipo de interés.

El Valor Actual Neto al aplicar como herramienta nos da las siguientes alternativas:

1. Cuando el VAN es mayor a 0 ($VAN > 0$), la inversión a realizar producirá ganancias, por ende, el proyecto puede realizarse.

2. Cuando el VAN es menor a 0 ($VAN < 0$), la inversión a realizar producirá pérdidas, por ende, el proyecto no debería realizarse.

3. Cuando el VAN es igual a 0 ($VAN = 0$). La inversión a realizarse no producirá ningún efecto económico, ni positivo, ni negativo, por ende, la decisión económica no pasa a ser preponderante, y otros factores como mercadeo y demás pasan a hacer los temas de peso, para la toma de dicha decisión.

Tasa interna de retorno (TIR). La tasa interna de retorno (TIR) proporciona el resultado de la rentabilidad de todo el proyecto de inversión y la rentabilidad únicamente por la inversión aportada por los accionistas o los fondos propios.

La tasa de descuento en la cual el Valor Actual Neto es igual a 0, o en su defecto representa la tasa de intereses más alta que los inversionistas pueden hacer frente, sin representar una pérdida de dinero. Esta tasa puede ser tomada como un factor de rentabilidad del proyecto, a mayor Tasa Interna de Retorno, mayor rentabilidad en el proyecto.

Los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la tasa interna de retorno (TIR), es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la tasa interna de retorno (TIR), es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto

Los criterios de decisión de la tasa interna de retorno (TIR), garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento, su resultado aumenta el valor de mercado del proyecto.

Riesgo de mercado: El riesgo de mercado se refiere a la posibilidad de que el valor de un activo financiero disminuya debido a cambios en factores del mercado” (Investopedia, 2023).

Periodo de recuperación: “El periodo de recuperación es el tiempo que toma recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo generados por el proyecto” (Graham & Harvey, 2021)

Se calcula de la siguiente manera:

Formula básica

$$\text{Periodo de Recuperación} = \text{Años completos antes de la recuperación} + \left(\frac{\text{Inversión no recuperada al final del año}}{\text{Flujo de efectivo del siguiente año}} \right)$$

Estudio de mercado: El estudio de mercado es una herramienta clave en la toma de decisiones estratégicas, ya que permite comprender las necesidades y comportamientos del consumidor, analizar la competencia y explorar oportunidades de crecimiento, lo que ayuda a las empresas a adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado” (Smith & Thomas, 2021).

2.2.1.1.1.7 Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica fundamental en la gestión empresarial. Permite realizar una evaluación profunda de las fortalezas y debilidades internas de una empresa, al mismo tiempo que examina las oportunidades y amenazas externas. Este análisis resulta crucial para la toma de decisiones estratégicas a corto y largo plazo (p. 53).

El análisis FODA es una técnica utilizada en la gestión estratégica que permite a las organizaciones evaluar tanto factores internos como externos que influyen en su desempeño. Su nombre proviene de las iniciales de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Se compone en factores internos (Fortalezas y Debilidades) y los factores externos (Oportunidades y Amenazas).

1. Factores Internos: Fortalezas y Debilidades

Los factores internos son aquellos elementos que la empresa puede controlar directamente. Estos incluyen recursos, capacidades, procesos y cualquier aspecto relacionado con la gestión interna de la organización.

a. Fortalezas

Las fortalezas son atributos internos positivos de la organización que le proporcionan una ventaja competitiva. Pueden incluir:

- **Recursos financieros sólidos:** Disponibilidad de capital para inversión o crecimiento.
- **Capacidades técnicas:** Conocimiento especializado o tecnología avanzada.
- **Cultura organizacional:** Un equipo motivado, eficiente y comprometido.
- **Reputación:** Buena imagen de marca o reconocimiento en el mercado.

b. Debilidades

Las debilidades son aspectos internos que limitan o reducen el desempeño de la organización. Identificar las debilidades es crucial para planificar cómo minimizarlas o eliminarlas.

Pueden incluir:

- **Recursos limitados:** Falta de financiamiento o infraestructuras deficientes.
- **Inadecuada gestión:** Procesos organizacionales poco eficientes o altos niveles de burocracia.
- **Escasez de talento:** Dificultades para atraer o retener personal calificado.
- **Baja participación en el mercado:** Dificultad para competir con rivales más grandes o establecidos.

2. Factores externos: Oportunidades y Amenazas

Los factores externos son aquellos que están fuera del control directo de la organización y provienen del entorno económico, político, tecnológico, social, o competitivo. Aunque la empresa no puede controlarlos, puede anticiparlos y adaptarse a ellos.

c. Oportunidades

Las oportunidades son circunstancias externas que, si se aprovechan adecuadamente, pueden beneficiar a la organización. Implican cambios en el mercado o entorno que favorecen el crecimiento. Algunas fuentes de oportunidades incluyen:

- **Crecimiento del mercado:** Un mercado emergente o en expansión.
- **Innovación tecnológica:** Nuevas tecnologías que la empresa puede aprovechar.
- **Tendencias sociales:** Cambios en las preferencias de los consumidores que favorecen los productos o servicios de la empresa.
- **Cambios regulatorios:** Reformas gubernamentales que favorecen ciertos sectores.

d. Amenazas

Las amenazas son factores externos que podrían poner en riesgo la estabilidad o el crecimiento de la organización. Incluyen:

- **Competencia intensificada:** Entrada de nuevos competidores o mejoras significativas de los rivales.
- **Cambios regulatorios negativos:** Nuevas leyes que incrementen los costos de operación.
- **Desaceleración económica:** Crisis económicas que afecten la demanda de productos o servicios.
- **Cambios tecnológicos disruptivos:** Innovaciones que podrían hacer obsoletos ciertos productos o procesos.

Relación entre los factores Internos y Externos

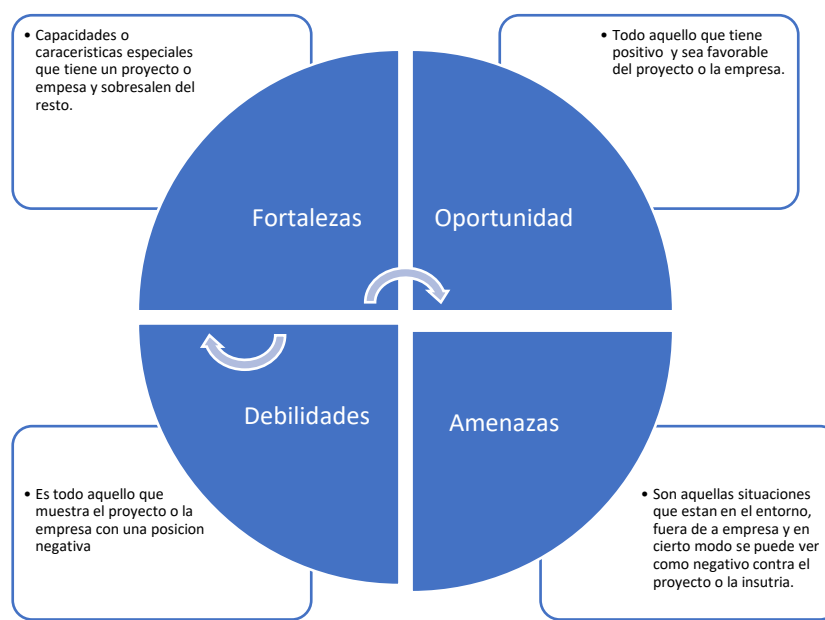
La clave para un análisis FODA exitoso no es solo identificar estos factores, sino también comprender cómo se relacionan entre sí. Algunas estrategias clave incluyen:

- **Maximizar las fortalezas para aprovechar oportunidades:** Si una empresa tiene recursos financieros fuertes y hay un mercado emergente, puede invertir agresivamente para ganar cuota de mercado.
- **Minimizar debilidades frente a amenazas:** Si una empresa carece de tecnología avanzada y se enfrenta a una amenaza tecnológica disruptiva, podría invertir en mejorar sus capacidades tecnológicas o asociarse con empresas especializadas.
- **Fortalecer debilidades** para estar mejor preparado ante futuras oportunidades o amenazas.

El análisis FODA se enriquece cuando se adapta a las condiciones actuales del entorno en el año 2024. Los cambios tecnológicos rápidos, la inestabilidad política global, la transición hacia economías más sostenibles y la adopción masiva del trabajo remoto son factores que pueden influir de manera significativa en cualquier empresa.

- **Tendencias tecnológicas:** La inteligencia artificial, la automatización y el análisis de datos son áreas de oportunidad para las empresas que buscan ser competitivas en 2024.
- **Entorno económico global:** Las empresas deben tener en cuenta la inflación global, la cadena de suministro internacional y las fluctuaciones de divisas.
- **Regulación ambiental:** Las políticas globales y locales sobre sostenibilidad están cada vez más enfocadas en combatir el cambio climático, lo que puede generar tanto oportunidades como amenazas según el sector de la empresa.

Figura 2 Modelo F.O.D.A



Fuente: "Elaboración propia"

2.2.1.4 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es uno de los pasos más importantes a considerar en la elaboración de un proyecto de inversión. Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad de los consumidores por el bien que se pretende fabricar y vender, es decir proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma para suministrar el producto a los consumidores. (Adalid Medina, 2019, p. 28)

El estudio de mercado permite a las empresas obtener información detallada sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores, lo que facilita la creación de estrategias de marketing efectivas y la identificación de oportunidades en el mercado (Kotler & Keller, 2019).

El estudio de mercado permite visualizar el panorama que existe entre la oferta, demanda y los precios, se trata de definir la viabilidad comercial del proyecto.

La definición de dichos componentes se da de la siguiente manera:

2.2.1.4.1 Producto

Un producto es cualquier cosa que el comprador acepta, como algo que va satisfacer sus necesidades, el profesor Aray define producto como:

Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que presta este y el fabricante.

"Es aquello que toda empresa, grande mediana o pequeña, organización, ya sea lucrativa o no o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue", (utilidades, impacto social) (Aray, 2018, p12)

Así las cosas, podemos clasificarlos en dos grandes grupos; productos de consumo, que son todos aquellos que un consumidor final adquiere para consumo propio y, productos industriales, que son todos aquellos que se adquieren para individuos u actividades de una empresa, dentro de la mezcla de mercadeo se define los atributos finales que el producto a ofrecer tendrá, por ejemplo: la calidad, características, diseño, marca producto y presentación.

2.2.1.4.2 Precio

El precio es el valor económico de un bien, es el desembolso de dinero a cambio de un producto, este es determinado por la empresa y aceptado o denegado por el cliente.

El precio para ser determinado debe tomar en cuenta factores internos y externos de la empresa, se establecen estrategias las cuales logran puntualizar de forma idónea este rubro, basadas en el costo del producto, también podemos fijar precios basados en el valor con que el cliente percibe el bien o servicio, dejando a un lado el costo del mismo; así mismo se puede fijar el precio basándose en el costo de otros productos exactamente iguales que exista en el mercado.

2.2.1.4.3 Plaza

Se trata de la forma en que el bien será distribuido a los consumidores. Los aspectos referentes a la comercialización se pueden dividir en tres variables: Producto, Precio, Publicidad y promoción. (Adalid Medina, 2019, pág. 29)

La plaza tiene como fin lograr de forma eficiente hacer llegar el producto a su mercado meta, existen diferentes tipos y tamaños de plazas y cada uno puede adaptar a las necesidades que presenta la empresa, también existen plazas que logran hacer llegar el producto de forma directa y existen otros que lo hacen llegar de forma indirecta, las plazas tienen funciones de logística importantes para la empresa.

2.2.1.4.4 Promoción

La promoción es la comunicación informativa que se genera entre el vendedor y el posible comprador, lo anterior con el fin de influenciar a su mercado meta al momento de la compra.

2.2.1.4.5 Demanda

Consiste en analizar u estudiar la trayectoria o la historia del producto, con ayuda de estadística de ventas, producción, inventarios, entrevistas y otros.

Cuando se realiza una investigación de mercado ayuda a aprender sobre las demandas, expectativas, percepciones, satisfacción y lealtad de sus clientes.

2.2.1.4.6 Oferta

La oferta es el vínculo entre la demanda y la forma en que está cubierta la producción presente o futura

2.2.1.5 Estudio Económico

El estudio económico es fundamental para analizar la viabilidad financiera y el impacto económico de una inversión, permitiendo a los empresarios tomar decisiones informadas sobre proyectos y estrategias comerciales (Salvatore, 2020).

El estudio económico permite evaluar los costos y beneficios de diferentes opciones, optimizar los recursos y prever los resultados de una acción económica antes de implementarla, este tipo de estudio puede garantizar la sostenibilidad económica y el crecimiento a largo plazo en cualquier ámbito.

Un estudio económico tiene como objetivo indicar los recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto de inversión, así como el costo capital invertido, el estudio económico analiza las variables macroeconómicas que influyen en el proyecto e incluye variables de impacto social.

Dr. Adalid Medina y Dra. Exbia de Medina (2019). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Indica que la información que debe contener el estudio económico consta de las siguientes partes:

- 1.El plan de inversión: el cual describe los recursos económicos necesarios para el desarrollo del proyecto con sus fuentes de financiamiento.
- 2.La determinación de los ingresos totales presupuestados con base a la demanda y precios definidos en el estudio de mercado.
- 3.Determinación de los costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos, costos totales de producción y servicios, detalle de los gastos administrativos y de venta.
- 4.Determinación del plan financiero, indicando el costo financiero.
- 5.Detalle de depreciación de los activos fijos y la amortización de los gastos operativos del proyecto
- Cálculo del capital de trabajo necesario para el inicio de las operaciones en función del ciclo efectivo.
- Conformación de los reportes financieros proyectados y el análisis de estos a través de las razones financieras. (p,34)

2.2.1.6 Estudio Financiero

El estudio financiero es basado en los reportes económicos proyectados, se establece la rentabilidad del Proyecto. El uso del capital requiere obtener una utilidad, basada en el costo del capital, que puede definirse como la tasa de rendimiento mínima que deberían recibir los inversionistas con motivo de sus aportaciones. (Medina, 2019, p, 35)

El estudio financiero tiene como fin; ordenar, sistematizar y considerar los beneficios futuros del proyecto con base a toda la información de origen monetario que está involucrado

con el proyecto, logrando evaluar de forma confiable todos los aspectos económicos y así poder determinar la rentabilidad monetaria, porcentual y el periodo de recuperación descontada de la inversión para conocer la conveniencia del emprender o no un proyecto de inversión, para los inversionistas es de suma importancia el estudio financiero, ya que les indica si vale la pena o no vale la pena invertir en el proyecto.

La tasa de rendimiento mínima fijada considerada para el proyecto, se determina con base en aspectos internos y externos, tomando en cuenta la tasa de financiamiento de los créditos y los requerimientos de rentabilidad de los inversionistas.

Por lo tanto, se puede considerar que las finanzas tienen gran afectación en las decisiones individuales, relacionadas a cuánto dinero gastar con referencia a los ingresos, y de qué modo reinvertir el dinero excedente. A nivel empresarial, las finanzas involucran el mismo tipo de decisiones, en cómo duplicar el dinero de los inversionistas, cómo generar mayores utilidades y conocer cuál es el método o las opciones más conveniente para reinvertir las ganancias de la empresa.

La evaluación del proyecto de inversión define la rentabilidad del proyecto con el análisis de flujos de efectivo proyectado y basándose en técnicas de evaluación que toman en cuenta el dinero a través del tiempo, por lo que es de suma importancia contar con los datos requeridos en lo supra mencionado.

Las definiciones de los componentes del Estudio Financiero las podemos detallar de la siguiente manera:

2.2.1.6.1 Flujos de Efectivo Neto

El flujo de efectivo neto, es esencial para determinar si una empresa tiene suficiente efectivo disponible para cubrir sus gastos operativos y sus compromisos financieros, y es un indicador clave de la salud financiera de la empresa (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2019).

Los flujos de efectivo neto resultan de la diferencia entre los ingresos y egresos de efectivo del proyecto.

Los ingresos de efectivo son suministrados de las ventas que ha tenido el producto o servicio, como de las recuperaciones de las cuentas por cobrar o venta de activos que estén involucrados en la operación.

Los egresos son todos aquellos gastos y costos en los que incurre la empresa o el proyecto, así como los impuestos, pagos a proveedores.

El flujo de efectivo neto, tiene como propósito medir la rentabilidad del proyecto, medir la rentabilidad de los recursos propios y medir la capacidad de pago que tiene la empresa o el proyecto, para asumir la capacidad de las obligaciones diarias.

2.2.1.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto, es un procedimiento el cual, los posibles inversionistas pueden calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, se logra descontando en el momento actual todos los flujos de caja proyectado y se procede a restar la inversión inicial, el resultado es el valor actual neto.

El Valor Actual Neto se determina de la siguiente manera:

$$VAN = \sum_{T=1}^N \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

V_t = Representa los flujos de efectivo por cada uno de los periodos.

I_0 = Es el número de periodos considerado.

K = Es el tipo de interés.

El Valor Actual Neto al aplicar como herramienta nos da las siguientes alternativas:

1. Cuando el VAN es mayor a 0 ($VAN > 0$), la inversión a realizar producirá ganancias, por ende, el proyecto puede realizarse.

2. Cuando el VAN es menor a 0 ($VAN < 0$), la inversión a realizar producirá pérdidas, por ende, el proyecto no debería realizarse.

3. Cuando el VAN es igual a 0 ($VAN = 0$). La inversión a realizarse no producirá ningún efecto económico, ni positivo, ni negativo, por ende, la decisión económica no pasa a ser preponderante, y otros factores como mercadeo y demás pasan a hacer los temas de peso, para la toma de dicha decisión.

2.2.1.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) proporciona el resultado de la rentabilidad de todo el proyecto de inversión y la rentabilidad únicamente por la inversión aportada por los accionistas o los fondos propios.

La tasa de descuento en la cual el Valor Actual Neto es igual a 0, o en su defecto representa la tasa de intereses más alta que los inversionistas pueden hacer frente, sin representar una pérdida de dinero. Esta tasa puede ser tomada como un factor de rentabilidad del proyecto, a mayor Tasa Interna de Retorno, mayor rentabilidad en el proyecto.

Los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto

Los criterios de decisión del TIR, garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento, su resultado aumenta el valor de mercado del proyecto.

2.2.1.6.4 Tasa Mínima de Rendimiento

La tasa Mínima de rendimiento o también se le conoce como costo de oportunidad, es el valor que se le da a la realización del proyecto o al descarte del mismo, se mide por medio de la rentabilidad esperada contra la inversión realizada en el proyecto e importante tomar en cuenta el riesgo que conlleva la realización del proyecto, podemos verlo también como el costo de oportunidad que posee una alternativa eliminada o descartada ante la alternativa escogida.

2.2.1.6.5 Estadística

La estadística es la ciencia que se encarga de la recolección, ordenamiento, representación, análisis e interpretación de datos generados en una investigación sobre hechos, individuos o grupos de los mismo, para deducir de ello conclusiones precisase estimaciones futuras. (G., 2019, p,13)

Para abundar más debemos tener claros algunas definiciones para nuestro proyecto, por lo que a continuación presentamos el concepto para estos:

2.2.1.6.5.1 Cuestionario

"El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para obtener información relevante sobre un tema específico, las cuales pueden ser administradas de manera personal, telefónica, por correo o de forma electrónica" (Hernández, Fernández, & Baptista, 2021, p. 68).

El cuestionario se basa en la formulación de preguntas, una herramienta de investigación que realiza de forma estratégica a un mercado meta, para determinar el estado actual de una empresa, o poder abundar más sobre el propio mercado, ayuda a establecer un camino a seguir de la empresa o proyecto, para lograr los objetivos planteados

2.2.1.6.5.2 Encuesta

"La encuesta es un instrumento utilizado para obtener información de un grupo de personas a través de preguntas estandarizadas que permiten analizar opiniones,

comportamientos, o características de los individuos dentro de una muestra representativa" (González & Martínez, 2021, p. 42).

La encuesta busca recabar datos de importancia para el proyecto o empresa, se logra mediante la aplicación de un cuestionario previamente analizado, con preguntas lógicas para el fin específico.

2.2.1.6.5.3 Población

"Es el colectivo que abarca a todos los elementos cuya característica o características queremos estudiar, dicho de otra manera, es el conjunto entero al que se desea describir o del que se necesita establecer conclusiones" (G., 2019, p, 13).

Para un mejor entendimiento podemos citar algunos ejemplos como son: Todos los estudiantes de la Universidad Hispanoamericana, o los todos los articulos del trabajo de una semana en una fabrica.

2.2.1.6.5.4 Muestra

"Una muestra es un subconjunto de la población, seleccionado de manera que sus características sean representativas de la población total, lo que permite hacer inferencias sobre ella sin tener que estudiar a todos sus miembros" (González & Martínez, 2022, p. 98).

Una muestra es una parte de la población seleccionada para análisis, se seleccionan con la intención de tomar decisiones que sean representativas, para poder cumplir con este cometido.

2.2.1.6.5.5 Calculo de la muestra

El cálculo de la muestra se lleva a cabo por medio de una formula pre establecida, para lograr que la muestra sea adecuada y válida para la aplicación del cuestionario.

2.2.1.6.5.6 Cuadros estadísticos

Los cuadros estadísticos, son los que contienen un resumen de los datos obtenidos, mediante el desarrollo de la investigación, tienen datos relevantes sobre lo obtenido.

2.2.1.6.5.7 Gráficos

Los gráficos son representaciones de los datos que se obtuvieron durante el proceso de investigación, representan evidencia y se muestra de forma visual para la comparación de datos, podemos encontrar gráficos de barras, gráficos de líneas, gráficos de Pareto, gráfico de sectores, pictograma, gráficos de dispersión.

2.2.1.6.5.8 Promedio esperado

El promedio esperado es la cantidad de la variable distribuida entre la población o la muestra determinada, podemos obtenerla mediante la suma de todos sus valores dividida entre la cantidad de números que se están sumando, cuando el conjunto es una muestra aleatoria se le da el nombre de media maestra.

2.2.1.6.5.9 Desviación estándar

La desviación estándar mide la dispersión alrededor de la media, podemos decir que es que tanto varían los valores que están por encima de la media y la distribución de los datos que están por debajo de la media.

Cecilia Salazar y Santiago del Castillo G. la define la desviación estándar como: “la raíz cuadrada de la media aritmética de las desviaciones cuadráticas con relación a la media.” (p, 117)

2.2.1.6.5.10 Coeficiente de variación

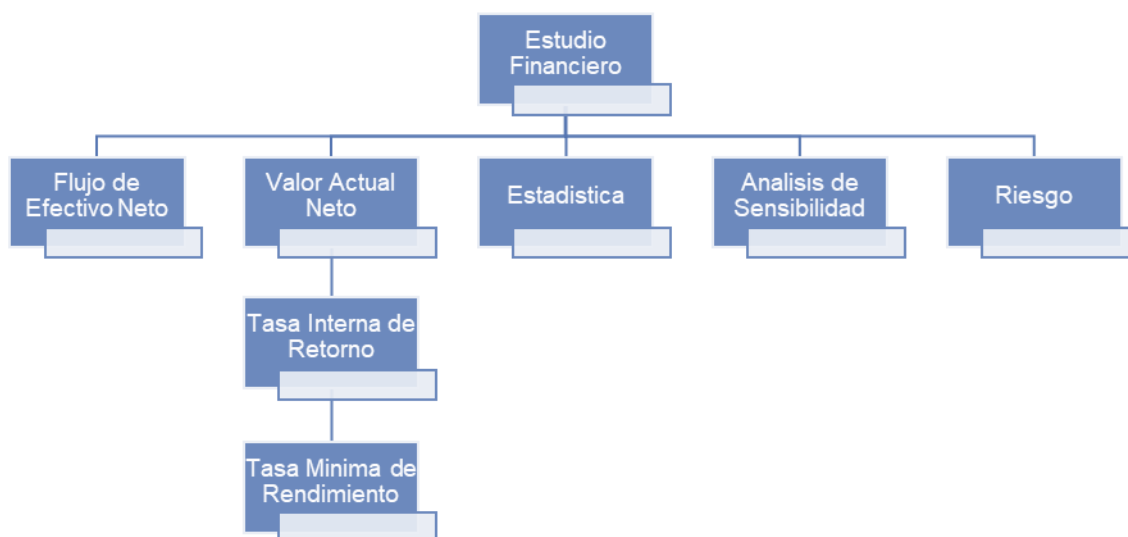
Es una medida relativa de la variación que siempre se expresa como porcentaje, Cecilia Salazar y Santiago del Castillo G. la define como “es la razón porcentual entre la desviación estándar y la media aritmética”. (p, 117)

Dicho esto, podemos entender el coeficiente de variación como la relación que existe entre el tamaño de la media y el grado de variación de una variable determinada.

2.2.1.6.5.11 Media Aritmética

“La media aritmética es muy utilizada para variables cuantitativas. Para su determinación se incluyen todos los valores” (G., 2019, p,117).

Figura 3 *Estudio Financiero*



Fuente: “Elaboración Propia”.

2.2.1.7 Análisis de Sensibilidad

Con el análisis de sensibilidad del proyecto se pretende determinar la variación de un proyecto, ante un cambio en las variables, se visualiza un panorama del proyecto en distintos escenarios ante los diferentes riesgos que existen.

Se efectúa un análisis de sensibilidad bajo tres escenarios: Optimista, Normal y Pesimista, con el fin de estimar el valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tasa

Mínimo de Rendimiento, utilizando el coeficiente beta con el propósito de cuantificar el riesgo financiero tanto en términos absolutos como relativos a través del cálculo de la desviación estándar y el coeficiente de variación.

2.2.1.8 Riesgo Financiero

Es la probabilidad de que algo salga negativo al hacer una inversión de capital. El riesgo financiero tiene tres componentes que son: 1- El costo y la disponibilidad de capital en deuda, 2- La capacidad real de satisfacer la necesidad de dinero en efectivo de forma planificada, 3- la capacidad que posea la empresa para tener liquidez en caja, para poder hacer cargo de las deudas que se presenta.

2.2.1.10 Análisis financiero

El análisis financiero nos ayuda a estudiar todos y cada uno de los resultados de la empresa, separada en sus partes para después poder generar un diagnóstico integral del desempeño financiero de la misma. Con este estudio podemos distinguir cuales fueron las causas del problema y así poder tomar acciones correctivas. (Burguete, 2019, p.2)

Por esta razón y según lo descrito por Burguete, la importancia y necesidad del análisis financiero radica en que se pueden identificar los problemas o situaciones económicos y financieros que muestran las condiciones en que la organización opera, con respecto a varios niveles en que se desenvuelve la empresa o proyecto, para la confección de este análisis e interpretación del análisis financiero, intervienen las razones o indicadores financieros, los cuales ayudan a comprender y analizar la organización por varios periodos y sus diferentes situaciones.

2.2.1.10.1 Razones o indicadores financieros

Arias (2018) hace referencia a las razones financieras como “[...] índices que permiten conocer los niveles de liquidez, endeudamiento, solvencia y cobertura de una empresa. Su

cálculo relaciona normalmente dos partidas de los Estados Financieros, con el objetivo de cuantificar o medir un área específica de la empresa” (p.19).

Por ende, los indicadores financieros nos pueden transmitir o expresar las relaciones que existen entre algunas cifras extraídas de los estados financieros y pueden medir la eficacia y el comportamiento que tiene una empresa; adicional a esto, ayudan a un análisis o una evaluación de la realidad financiera y económica de la empresa, como el desempeño y tendencia de las cuentas. Es importante recalcar que, estos indicadores financieros son utilizados con fines corporativos, para contribuir a que el proceso de toma de decisiones sea más verídico, confiable y eficiente.

Las razones financieras se dividen en cinco categorías, las cuales se detallan a continuación:

- **Razones de liquidez**

“La razón de liquidez son aquellas que miden y estudian los resultados producto de la actividad o decisión de la administración del negocio” (Coello, 2019. p. 58)

La razón Financiera de liquidez es de gran importancia para la empresa ya que con estos datos podemos medir la liquidez que tiene para enfrentar las responsabilidades diarias.

- **Razones de endeudamiento**

“Las razones de endeudamiento son aquellas que miden la porción de activos financiados por deuda de terceros, así como la habilidad para cubrir intereses de la deuda y pago de la misma, además los compromisos operativos”. (Coello, 2019. P.58)

- **Índices de rentabilidad**

Según Coello (2019), son aquellas que mide los resultados producto de la actividad o decisiones de la administración del negocio” (p.58).

- **Razones de mercado**

Para Coello (2019), las razones de mercado o razones de mercadotecnia:

“Son aquellas que muestran eficiencia y eficacia de las estrategias de mercado”.
(p.58)

2.2.1.10.2 Punto de equilibrio

Según lo descrito por, Villao, Núñez & Serrano (2019) nos describe el que el punto de equilibrio:

[...] proporciona puntos de referencia importantes para la planificación a largo plazo de un negocio. Conocer éste, para áreas tales como las ventas, la producción, las operaciones y la recuperación de la inversión puede contribuir a establecer precios, manejar deuda y otras funciones del negocio. En este sentido, el punto de equilibrio es donde el ingreso total de la empresa es igual a sus gastos totales. Esto significa que en el punto de equilibrio no hay utilidad o esta es simplemente cero [...].

Por lo que podemos entender que el punto de equilibrio es el nivel de ventas en donde hay igualdad en los costos totales y los ingresos y, por lo tanto, no se obtienen utilidades ni pérdidas.

Seguidamente podemos citar algunos de los componentes que vamos a tomar en cuenta para el cálculo del punto de equilibrio:

- Volumen de ventas

- Precio de venta
- Margen de contribución
- Costos fijos
- Costos variables

Lo supra mencionado son los que están relacionados directamente con el volumen de ventas, se podría considerar que, si estas aumentan, los costos variables también lo hacen y por ende se revisan y analizan para el fin deseado.

- Costo variable unitario
- Costos totales

Para determinar los costos totales lo podemos obtener de la suma de los costos fijos y los costos variables. Tomando en consideración esta operación, podemos indicar que el punto de equilibrio es cuando los ingresos son iguales a los costos totales.

A continuación, se detalla cómo calcular el punto de equilibrio:

Tabla 2 *Cálculo del Punto de Equilibrio*

Cálculo del Punto de Equilibrio

Calculo punto de equilibrio

Determinar el Punto de Equilibrio Unitario

$$\text{Punto de Equilibrio Unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Determinar el Punto de Equilibrio en Valor

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Determinar el Punto de Equilibrio en Volumen

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Venta Totales} - \text{Costo Variable}}$$

Fuente: Elaboración Propia

- **Gestión financiera**

Flores (2019) concluye que la gestión financiera es “la aplicación de técnicas, métodos y procedimientos que buscan medir y aumentar la rentabilidad, así como evaluar proyectos del negocio. La gestión financiera nos indica de qué manera se adquieren y utilizan los recursos financieros”.

El concepto aportado por Flores (2019) es importante para las pequeñas y medianas empresas ya que ayuda a tomar decisiones sobre cómo distribuir los recursos, como adquirirlos, invertirlos y administrarlos, de esta manera se puede analizar cada decisión y cada acción con el fin de que el negocio opere de la mejor manera.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

El marco contextual es crucial para comprender los factores externos que afectan el fenómeno en estudio, proporcionando un análisis más completo de las condiciones en las cuales

se desarrollan los eventos o comportamientos investigados (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2020).

El marco contextual, facilita la interpretación y contextualización de los datos, ayudando a los investigadores a entender cómo los factores externos pueden influir en los resultados de esta investigación. Es fundamental para una interpretación y la formulación de conclusiones relevantes que consideren la complejidad del entorno investigado.

A continuación, se describen las características del lugar en donde se desarrollará la investigación, así como la reseña histórica de la misma.

2.3.1 Antecedentes del lugar

- **Nombre Lugar:** Cantón Central de Heredia.
- **Ubicación:** Provincia de Heredia, Cantón Central.
- **Historia**

La fundación de la ciudad de Heredia inició en 1706, cuando grupos de emigrantes de la ciudad de Cartago fundaron entre Lagunilla y Barreal, una ermita como Ayuda de Parroquia, en el paraje conocido como Alvirilla.

Con un territorio de 2.656 km² y una población de 75 000 habitantes, Heredia siendo la provincia más pequeña de Costa Rica, un pueblo apreciado por su tradición colonial y arquitectura de antaño.

Su infraestructura de adobe es apreciada a lo largo de las comunidades heredianas de Barva y Santo Domingo. La ciudad de Heredia, mejor conocida como la 'Ciudad de las Flores', se fundó en 1706, tras la iniciativa de unas 150 familias asentadas en ese sitio. (Turismo, s.f.)

CAPÍTULO III: METODOLÓGICO

El marco metodológico establece los procedimientos y técnicas que guiarán el desarrollo de la investigación, asegurando la validez de los resultados a través de la correcta elección de métodos de recolección y análisis de datos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2020).

Permite a los investigadores estructurar de manera clara y ordenada cómo se llevará a cabo el estudio, garantizando alcanzar los objetivos de la investigación. Además, este marco asegura que los resultados sean replicables y verificables, lo que es esencial para la credibilidad y fiabilidad de los hallazgos obtenidos.

A continuación, en el siguiente capítulo se muestra una de las formas en la que se va a desarrollar el proyecto de investigación donde se incluyen aspectos como: enfoque de la investigación, los alcances, el diseño de la investigación; así también, las unidades de análisis u objetos de estudio, instrumentos para la recolección de la información, variables y la estrategia de análisis de los datos.

El marco metodológico es esencial para garantizar que la investigación sea sistemática, válida y reproducible. Define el enfoque y las técnicas utilizadas para la recolección y análisis de datos, permitiendo al investigador interpretar los resultados de manera coherente y objetiva, dentro del contexto específico del estudio (Saunders, Lewis & Thornhill, 2019).

3.1 ENFOQUE

El enfoque investigativo, permite orientar desde el inicio al investigador sobre cómo y qué investigar, las orientaciones metodológicas, así como las técnicas empleadas para la recolección de información. Así al respecto, señala Rodríguez (2019) que:

En el devenir de la filosofía y ciencia, se ha construido diversos conocimientos en disímiles áreas del saber, constituyéndose esto en uno de los medios para la resolución de los

problemas propios de la humanidad. Sin embargo, el afán desmedido del hombre por generar nuevos conocimientos a partir de los existentes o inéditos con el mismo propósito, han ocasionado algunos excesos al momento de realizar la investigación, a saber, hacen uso simultaneo de manera inconscientemente de algunos enfoques epistemológicos en el proceso investigativo, perdiendo de esta forma secuencia, claridad y concreción en los resultados del hecho investigado, además, carencia en la delimitación del enfoque filosófico y epistémico propio de la investigación. (p.264)

La investigación proporciona herramientas para la solución de los problemas mediante el método científico, la investigación proporciona al estudiante un conocimiento más amplio en el entorno académico y profesional, adicional fomenta capacidades intelectuales.

Las investigaciones científicas se dividen en tres subcategorías: cuantitativas, cualitativas y mixtas, donde cada una de estas subcategorías pueden tener sus características, pero esto depende del enfoque que el autor le desee darle a la investigación y de la interpretación en la que quiere dirigir su investigación.

En las investigaciones, proyectos y trabajos, indican que los enfoque cuantitativos, cualitativos y mixtos, son los mejores instrumentos diseñados para la investigación y son de gran aporte para la generación de conocimientos a los estudiantes y profesionales, como lo comenta Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Instituto de Investigación en Humanidad y Ciencias Sociales (2015), “para lograr tal objetivo era necesaria la realización de sondeos mediante la aplicación de instrumentos cuantitativos(encuestas, cuestionarios estandarizados, administrados o auto –administrados) que diera a la investigación un mayor alcance y sobre todo, la representatividad” (p.91).

Comentado lo anterior, este trabajo se desarrolla mediante un enfoque mixto, se justifica según los datos realizados el proceso realizado de la investigación y el análisis de los resultados, así como toda la recopilación de datos obtenidos de los instrumentos aplicados.

El enfoque mixto es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información obtenida y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Es decir que el método mixto combina al menos un componente cuantitativo y uno cualitativo en un mismo estudio o proyecto de investigación. (Hernandez Sampieri 2019, como se cito en Páez, 2019)

Citado lo anterior y considerando la estructura del proyecto, la investigación se trabajará en el marco del enfoque mixto, donde se busca la medición del comportamiento del startup.

3.2 ALCANCE

Es de gran importancia tener los alcances definidos, para que el proyecto de investigación de desarrolle de una manera más fluida.

Para Barrantes (2019) “el alcance pretende responder a la pregunta ¿para qué sirve lo que me propongo hacer? y que aspectos delimitan dicho trabajo”. (p. 96). Cabe mencionar que una investigación tiene varios alcances; sin embargo, los que más se utilizan en el área de las ciencias sociales, son: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo.

- **Alcance exploratorio**

Son aquellos estudios que indagan un tema poco conocido o de reciente descubrimiento. También se emplean para identificar una problemática en casos donde el contexto está poco claro o escasamente explorado.

- **Alcance descriptivo**

En concordancia con los estudios descriptivos se entienden como aquellas investigaciones que hacen o buscan especificar características importantes de algún fenómeno, una descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, de la hipótesis o del sujeto investigado, por lo que a su vez describe tendencias de un grupo en específico. Hace énfasis en conclusiones dominantes, el funcionamiento de las cosas o el comportamiento de la sociedad, grupo o individuo, basándose en tiempo presente, esta investigación se basa en hechos y conclusiones, generalmente bastantes correctas y apegadas a la realidad.

Profundiza más que en el alcance anterior, pues el estudio se centra en una temática que ha sido más explorada y en la cual pueden determinarse sus dimensiones específicas.

- **Alcance correlacional**

Este alcance mezcla dos o más conceptos en un contexto en específico, lo cual permite que se generen predicciones.

Aplica solamente para estudios cuantitativos. En este caso, se analizan las relaciones entre variables involucradas en el fenómeno de interés.

- **Alcance explicativo**

El alcance explicativo tiene como objetivo establecer las causas de por qué ocurren ciertos fenómenos y en las condiciones que se presentan.

Con lo estudiado sobre los alcances de la investigación, podemos determinar que esta investigación será de alcance de tipo descriptivo y exploratoria.

El alcance descriptivo y exploratoria, se utilizarán debido a que se hace la investigación de una variable no comprobada y durante la investigación o proceso de la misma se realiza una descriptiva, registro, análisis e interpretación de los datos recolectados durante el proceso.

Este estudio cuantitativo busca el porqué de los hechos, estableciendo de relaciones de causa-efecto entre las variables estudiadas.

3.3 DISEÑO

“El diseño se puede definir como la concepción para aplicar los instrumentos que requiere toda investigación, tanto en la disposición y enlace de los métodos y medios que en ella interviene, como en el plan a seguir en la obtención y tratamiento de los datos obtenidos para la verificación de las hipótesis, o sea, que el diseño se refiere al plan estratégico concebida para obtener la información que se necesite. Por una parte, el diseño hace referencia a la aplicación de los métodos científicos y por otra a la validez de los daos obtenidos. (Arturo Hernández Escobar, 2019. p. 85).

En aquellos casos en los que aplique, deberá establecerse cuál de los diseños cuantitativos (experimentales o no experimentales) o cualitativos (Teoría Fundamental, Narrativo, Hermenéutico, Biográfico, Estudio de Casos, Fenomenológico, Etnográfico, Investigación-Acción, entre otros) se utilizará para la investigación.

En este trabajo y de acuerdo al enfoque determinado anteriormente, se va definir un diseño secuencial, quiere decir que vamos a realizar en la primera etapa, una recolección de datos y luego analizar los datos cuantitativos o cualitativos y una segunda etapa para recabar y analizar daos de otro método.

Este diseño va de la mano con otros elementos metodológicos como el enfoque, las técnicas, el paradigma, entre otros, los cuales deben presentarse coordinados para la óptima aplicación. En este sentido se presentan dos tipos de diseños a optar para dicho estudio.

Teniendo en consideración los diseños de investigación se procederá a describir cada uno de ellos:

3.3.1 Diseños no experimentales

“En este tipo de diseño no se manipulan deliberadamente las variables; es decir, se estudian los fenómenos tal como se desarrollan en su contexto natural, describiendo o analizando las variables y la relación que puedan existir entre ellas, pero sin provocar por parte del investigador cambio alguno” (Arturo Hernández Escobar, 2019, p.87).

Se observa el fenómeno en su contexto natural, sin manipular ninguna variable. Hay dos posibles diseños no experimentales. En el diseño transversal, los datos de la investigación se recolectan en un único momento; es decir, el investigador no regresa semanas, meses u años después para volver a recolectar datos de los mismos sujetos. El longitudinal se elige cuando se trabaja con datos que se recogen a lo largo de varios periodos, de varias semanas, meses o años, pues se busca dar seguimiento al comportamiento del fenómeno estudiado.

Así mismo, los diseños no experimentales se pueden clasificar en dos categorías transaccionales y longitudinales.

- **Diseño transversal**

“Los diseños transaccionales se emplean cuando el método o los métodos o técnicas a emplear, se aplican una sola vez” (Arturo Hernández Escobar, 2019, p.88).

Los diseños transversales o transaccionales pueden categorizarse como más simples y algunas de sus ventajas son la implementación de la observación o medición simple, también implementar herramientas como la entrevista, encuestas o cuestionarios o la combinación de estas.

- **Diseño longitudinal**

“Estos diseños se diferencian de los transaccionales en que en lugar de efectuarse una sola aplicación de los métodos o instrumentos comprende dos o más aplicaciones,

realizadas en diferentes momentos; es decir, se emplean cuando se quieren determinar los cambios de la acción de la variable independiente a través del tiempo. En las investigaciones de tipo cuantitativa, los momentos en que se toman los datos se especifican de antemano y en las cualitativas se establecen en la medida en que se va avanzando el estudio” (Arturo Hernández Escobar, 2019. p. 88)

A partir de los diseños descritos anteriormente, la presente investigación es de diseño transversal ya que se analizan las deficiencias de la gestión financiera, así como su estudio de viabilidad.

3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS U OBJETO DE ESTUDIO

La unidad de análisis se define como el objeto o entidad que se estudia y se observa en el proceso de investigación. La correcta elección de esta unidad es crucial para asegurar que los datos obtenidos sean coherentes con los objetivos del estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2020).

Es fundamental seleccionar de manera correcta la unidad de análisis, ya que esto orienta toda la recolección de datos y define los límites del estudio.

Las unidades de análisis constituyen los elementos del universo o conjunto de individuos a quienes se les miden o estudian las variables o categorías de interés. Pueden ser: personas, instituciones, expedientes, bases de datos y poblaciones, entre otras. Únicamente cuando se trabaja con personas (es decir, cuando una de las fuentes de información para el estudio son individuos), se habla de población y muestra, con los respectivos aspectos metodológicos que deben detallarse (presentados a continuación). Para las investigaciones que no contemplan el trabajo con sujetos de investigación.

3.4.1 Población

Según Cecilia Salazar P. Santiago del Castillo G, 2018 describe Población como:

Es el colectivo que abarca a todos los elementos cuya característica o características queremos estudiar; dicho de otra manera, es el conjunto entero al que se desea describir o del que se necesita establecer conclusiones. Como ejemplos de poblaciones, podemos citar: todos los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador, o los artículos producidos en una semana en una determinada fábrica. (pág. 13)

Por lo tanto, para el desarrollo de esta investigación la población a considerar es de persona de los 20 a 40 años, los cuales se detallarán en el transcurso de la investigación.

3.4.2 Tipo de muestreo

3.4.2.1 Muestra

El problema a investigar surge de teorías o postulados existentes dentro de los conocimientos científicos que aparece en la bibliografía relacionada con el tema y el diseño de la investigación es predeterminado y rígido, no permitiendo variaciones sustanciales en su desarrollo y en el cual deberán aparecer explícitamente las actividades que se desarrollarán, siendo un requisito indispensable la selección previa al estudio de la muestra representativa, tanto cuantitativa como cualitativamente, de la población de la que pertenece a fin de poder generalizar los resultados. (Arturo Hernández Escobar, 2019. p. 34)

A continuación, se detallan los tipos de muestras:

- **Muestras probabilísticas**

La muestra probabilística se puede caracterizar porque son las que utilizan métodos de selección aleatorio, en donde todos en una población tienen la misma oportunidad de ser elegidos.

Para efectos de la presente investigación se utilizará la muestra probabilística, ya que esta nos permitirá definir los elementos, así como los sujetos, los cuales serán seleccionados de acuerdo con las características de la investigación.

El tamaño seleccionado de la muestra, se realiza de la siguiente manera:

$$N = \left[\frac{Z}{E} \right]^2 P * Q$$

Donde la designación de la fórmula es la siguiente:

N= Tamaño de la muestra.

Z= La confianza en la información.

E=Error de muestreo

P*Q=Indicadores de variabilidad, probabilidad.

A continuación, el desarrollo de la formula

Z=1.96 tabla normal de estándar 95%

E=0.1 con un error de muestreo de 10%

P*Q= se desconocen los valores proporcionales de la población, por lo que se utiliza un 50%, para cada una de estas variables.

$$N = \left[\frac{1.96}{0.1} \right]^2 (0.5) * (0.5)$$

N= Tamaño de la muestra de acuerdo con el INEC la población económicamente activa de hombres y mujeres de Heredia cantón central es de $N = 150$

- **Muestras no probabilísticas**

La muestra no probabilística es una decisión más del investigador o del grupo ya que la elección de esta muestra no depende de la probabilidad, no se podría establecer de manera concreta la probabilidad de que una unidad de la población esté en la muestra. Este instrumento es muy utilizado en estudios exploratorios cuando la muestra es seleccionada no aleatoria, se caracteriza por que solo puede hacer afirmaciones sobre la muestra.

De acuerdo con lo que mencionan, en las muestras no probabilísticas el investigador selecciona las muestras basadas en un juicio subjetivo; por lo tanto, este es más útil para estudios exploratorios.

3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión y exclusión son condiciones específicas con las que debe o no contar el investigador para ser parte o descartarlo de la muestra seleccionada.

Tabla 3 *Criterios de inclusión y de exclusión*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Emprendedores con menos de 24 meses en el mercado local.	Emprendedores con más de 24 meses en el mercado local.
Emprendedores con conocimiento en startup dentro de un mercado local.	Empresarios formales y estables
Startup en el cantón central de Heredia.	Startup en Costa Rica.

Fuente; "Elaboración propia".

3.4.4 Consideraciones éticas.

El estudio realizado en la presente investigación, se elabora como requisito para optar por el grado de licenciatura en la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas, esta investigación puede servir como consulta para proyectos similares.

Las entrevistas se realizan por medio de un formulario en línea, para ellos se utiliza de carácter confidencial, anónimo y aplicado a la muestra de 150 individuos.

En el cuestionario informa sobre el objetivo de carácter académico que tienen el cuestionario y el objetivo general del estudio, para que sea de conocimiento de las personas entrevistadas.

3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En la guía suministrada por la Universidad Hispanoamericana titulada Guía TFG explica que:

Un instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso del que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Un instrumento es adecuado cuando los datos que recoge reflejan la realidad de las variables o categorías que se estudian. Todo instrumento cuantitativo requiere tener confiabilidad y validez. (p.18)

En el presente trabajo no es posible realizar una prueba piloto del instrumento para la recolección de la investigación ya que se cuenta con una limitante de tiempo, la tesis se debe realizar en un plazo de cuatro meses.

Como se describió anteriormente, la elección de la muestra mixta por lo que se va utilizar diferentes instrumentos para la recolección de datos e información y sirvan como insumo para el desarrollo del proyecto, a continuación, se detallan los instrumentos que se utilizaran:

- **Encuesta**

Para la parte cualitativa se realizará un cuestionario, la misma se realizará a personas entre los 20 a 40 años, con el fin de determinar si hay interese en la propuesta que se plantea en este proyecto, mediante la herramienta Google Forms con una muestra de 150 personas

Jiménez, Piedra y Zamora (2019) nos indican que la encuesta:

[...] se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas.

Se han visto casos donde el comportamiento final del sujeto de estudio es totalmente diferente a lo plasmado en las encuestas, esto en la mayoría de casos por un efecto de no ser elementos disociadores del grupo de estudio, por lo que se contesta lo que “socialmente esta aceptado” y no lo que verdaderamente se piensa. (p.57)

Para la parte cuantitativa: se estará realizando un análisis de factibilidad del proyecto planteado, aplicando tres escenarios, tomando como base la elaboración de un flujo de caja y la estimación del VAN y del TIR.

- **Datos secundarios**

Para esta investigación, la indagación de documentos ya sean en libros, páginas web y otros medios es de gran importancia ya que nos podemos apoyar en documentos que previamente han sido estudiados.

- **Observación**

Para aplicar este instrumento se debe tener cuidado en la observación ya que esta se debe de aplicar con un objetivo definido y se debe de tener un criterio con respecto a lo que se desea evaluar. Por lo tanto, la intención de la observación en esta investigación radica en conocer

cuáles son los flujos de efectivo de la organización, así como el manejo de los estados financieros, la estructura organizativa y la división del negocio.

- **Análisis de contenido cuantitativo**

“Es la que permite cuantificar la información a través de muestras representativas, a fin de tener una proyección a un universo, esta investigación es estructurada y determinante” (Adalid Medina, 2019. P. 73)

Seguidamente, se realiza una matriz de las técnicas e instrumentos para recolectar la información; se transcriben los objetivos específicos junto a las técnicas e instrumentos que se empleara para cada uno.

Tabla 4 *Técnicas e instrumentos para recolectar información*

Objetivo Específico	Instrumento
Determinar las limitantes que enfrentan los startups en el cantón central de Heredia con el financiamiento y adaptabilidad de sus productos o servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario con el fin de determinar las limitantes del startup.
Identificar los modelos de negocio, innovaciones tecnológicas que están utilizando los startups para mantenerse competitivos dentro de un mercado actual.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar que tan importantes es la tecnología en el mercado competitivo.
Desarrollar estrategias para el fortalecimiento del crecimiento de la empresa emergente, con herramientas de análisis financiero en dos escenarios el TIR y el VAN	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de los flujos de caja proyectados, con el fin de brindar el conocimiento de herramientas que ayudan a visualizar la situación financiera.

Fuente: “Elaboración propia”.

3.6 VARIABLES

La definición según el diccionario se puede encontrar como “cantidad susceptible de cambio de valor, que puede variar” si intentamos acoplar la definición a nuestro proyecto se podría determinar que la variable es cualquier situación, hecho que puede tener un cambio. Para Echavarría (2019) “En un plan cuantitativo, este apartado es uno de los más importantes ya que es la que detalla cual es la información que se desea recolectar” (p.93).

Para efectos de los estudios cuantitativos cada una de las variables se define de forma conceptual y operacional, las cuales serán descritas a continuación:

3.6.1 Definición conceptual

“Es aquella que nos dice que se entenderá por esa frase, es un tipo de definición de “diccionario” o “técnica”. (Echavarría, 2019. p. 93)

La Definición conceptual se debe ajustar a lo que se pretende en la investigación y se da el concepto de cómo se debe interpretar.

3.6.2 Definición operacional

“Esta definición busca un ahorro de tiempo, esfuerzo y darle claridad para la confección de los instrumentos para recolectar la información y su posterior análisis” (Echavarría, 2019. p. 94)

La definición operacional da criterios de evaluación y medición de los mismos, así se limita o crea límite que definen los cambios de la variable citada, estos límites son indicados por el investigador y se basan en la experiencia, y gran parte de estos son propuestos en el conocimiento del tema.

A continuación, se definen las variables que se estarán abordando en el proceso investigativo:

Variable #1: Sostenibilidad del negocio

- **Definición conceptual**

Capacidad de operar de manera eficiente y rentable a un plazo menor o igual de 24 meses, fortalecimiento la confianza, inversores y empresas que sean capaces de adaptarse a los cambios del mercado actual.

- **Definición operacional**

Lograr mantenerse activo en el mercado actual hasta convertirse en una empresa sólida.

La inversión es de riesgo y sin embargo siempre es atractiva para el inversor.

Estar en un mercado variante con productos innovadores.

Variable #2: Conocimientos financieros

- **Definición conceptual**

Formación y acceso a recursos financieros para desarrollar un análisis integral, para que fortalezcan el crecimiento de la empresa.

- **Definición operacional**

Conocer y aplicar un flujo de efectivo con indicadores medibles y alcanzables, mediante herramientas financieras que ayuden a visualizar la evolución y comportamiento de los startups para medir la rentabilidad del negocio.

Variable #3: Conocimientos financieros

- **Definición conceptual**

Formación y acceso a recursos financieros para desarrollar un análisis integral, para que fortalezcan el crecimiento de la empresa.

- **Definición operacional**

Conocer y aplicar un flujo de efectivo con indicadores medibles y alcanzables, mediante herramientas financieras que ayuden a visualizar la evolución y comportamiento de los startups para medir la rentabilidad del negocio.

Tabla 5 *Matriz de Variables*

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Determinar las limitantes que enfrentan los startups en el cantón central de Heredia con el financiamiento y adaptabilidad de sus productos o servicios.	Desafíos al ser startup	Pueden impactar su capacidad para crecer y sostenerse en el mercado por el tipo de modelo de negocio, el acceso a las inversiones puede ser complicado, ya que pueda que no cuentan con un respaldo inicial, por ello, se están realizando investigaciones de mercado para ver cambios y ajustar la estrategia para no verse afectados.	La ausencia de un plan de negocios integral por falta de planificación. Poca inversión inicial, es por ello que dependen de los inversores o de una única persona. Al estar en un mercado competitivo, donde hay empresas sólidas, con presupuesto suficiente y con clientes establecidos.	Evaluar características demográficas de los posibles clientes	Evaluación por medio de un cuestionario	Formulario en línea
Identificar los modelos de negocio, innovaciones tecnológicas que están utilizando los startups para mantenerse competitivas dentro de un mercado actual.	Sostenibilidad del negocio	Capacidad de operar de manera eficiente y rentable a un plazo menor o igual de 24 meses, fortalecimiento la confianza, inversores y empresas que sean capaces de adaptarse a los cambios del mercado actual.	Lograr mantenerse activo en el mercado actual hasta convertirse en una empresa sólida. La inversión es de riesgo y sin embargo siempre es atractiva para el inversor. Estar en un mercado variante con productos innovadores.	Evaluar preferencias y gustos de los posibles clientes	Evaluación por medio de un cuestionario	Formulario en línea
Desarrollar estrategias para el fortalecimiento del crecimiento	Conocimientos financieros	Formación y acceso a recursos financieros para desarrollar un	Conocer y aplicar un flujo de efectivo con indicadores medibles y alcanzables,	Evaluar nivel económico	Evaluación por medio de un cuestionario	Formulario en línea

de la empresa emergente, con herramientas de análisis financiero en dos escenarios el TIR y el VAN.

análisis integral, para que fortalezcan el crecimiento de la empresa.

mediante herramientas financieras que ayuden a visualizar la evolución y comportamiento de los startups para medir la rentabilidad del negocio.

Fuente: "Elaboración Propia

3.7 ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS

La estrategia de análisis de datos es fundamental para interpretar correctamente la información recopilada, ya que selecciona los métodos y técnicas más adecuados según el tipo de datos y los objetivos de la investigación (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019).

Para los datos cualitativos se estaría trabajando con el formulario en línea, es necesario conocer e interés de la población joven para emprender de una manera rápida y que estos resuelvan las necesidades y preferencias del mercado actual.

La aplicación del formulario es de una muestra de 150 personas que se encuentran en un rango de edad de los 20 años a los 40 años y con esto podremos conocer los intereses y alcances.

Para los datos cuantitativos, se realizará mediante un análisis financiero, el cual consiste en poder ayudarles a generar de ingresos de una manera confiable, además la comparación de los tres escenarios, para cumplir este análisis se deberá realizar una investigación de costos y realizar un proyección de ingresos y egresos de la construcción del proyecto, el financiamiento y los ingresos cuando este esté en marcha.

El análisis de todos estos datos se realiza sobre una base ética con el objetivo de proteger la información, en especial lo que compete a la gestión financiera, así como los datos de las personas que participen en la encuesta.

Se considera que la investigación servirá como una guía para futuros proyectos y para poner en práctica el emprendurismo.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En este capítulo se va a desarrollar en lo que es el análisis de los datos y se van a ir realizando de acuerdo a los objetivos específicos estipulados por parte del investigador de la universidad hispanoamericana no obstante lo anterior se agregarán otros objetivos específicos que fueron necesarios de analizar ya que es importante determinar una viabilidad financiera para un startup de forma correcta.

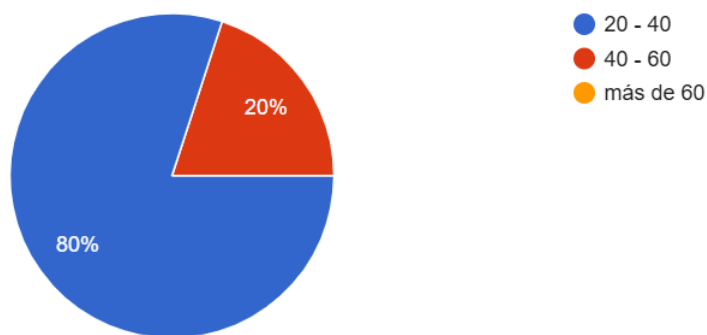
Los resultados de una investigación son la exposición clara y objetiva de los datos recolectados, sin interpretación, y deben alinearse directamente con los objetivos de la investigación, proporcionando evidencia que respalde las hipótesis o preguntas planteadas al inicio del estudio (Creswell, 2020).

Pregunta 1: Rango de edad

El rango de edad que predomina es de una población joven, como se determina en la gráfica siguiente:

Gráfico 1

Rango de edad



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

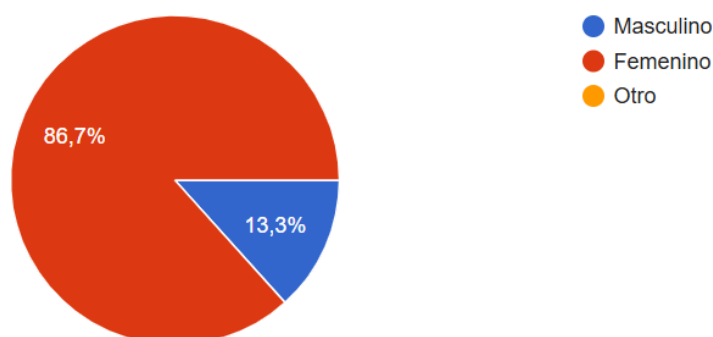
Dentro del rango de edad de los encuestados, un 80% se encuentra entre los 20 y 40 años y un 20% entre 40 y 60, teniendo mayor afluencia una población joven con algún emprendimiento.

Pregunta 2: Género de los encuestados.

La encuesta se realiza en un grupo de personas emprendedoras del sector Heredia, Heredia, con un rango de edad según lo establecido, en el siguiente gráfico, se muestra la participación de hombres y mujeres y se representa en el cuadro y gráfico de la siguiente manera:

Gráfico 2

Género de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

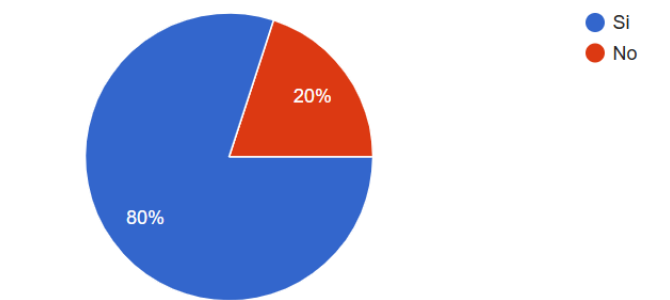
Los participantes de la encuesta, predomina las mujeres representadas con un 86,7% de la participación y los hombres entrevistados fueron 13,3%, la misma fue compartida con una igualdad de hombres y mujeres, los encuestados, residen en Heredia, Heredia.

Pregunta 3: conocimiento del startup

En la encuesta se determina que una gran cantidad de personas tienen conocimiento sobre el startup.

Gráfico 3

Conocimiento del startup



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

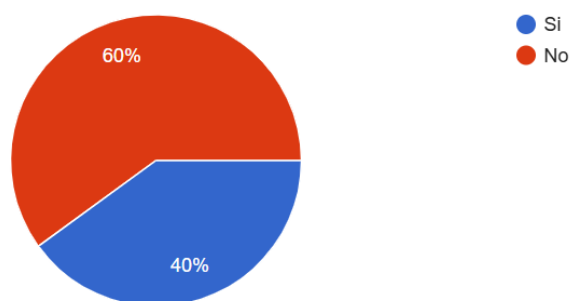
Se determina que un 80% de los emprendedores tienen conocimiento en startup y un 20% no.

Pregunta 4: los emprendimientos tienen apoyo financiero de manera rápida

Es evidente que la población encuestada considera que no han tenido apoyo financiero rápido para fortalecer sus emprendimientos.

Gráfico 4

Apoyo financiero limitado



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

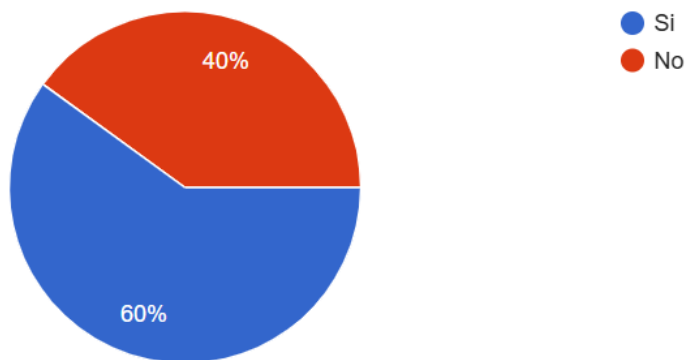
Un 60% de la encuesta consideran que no tienen apoyo en sus emprendimientos y un 40% que sí.

Pregunta 5: conocimiento entre startup y PYMES

Es notable que la población encuestada tiene conocimiento en la diferencia de un startup y una PYME, sabiendo que ambas son emprendimientos, sólo que un más establecido y el startup toma más el riesgo.

Gráfico 5

Conocimiento entre startup y PYMES



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

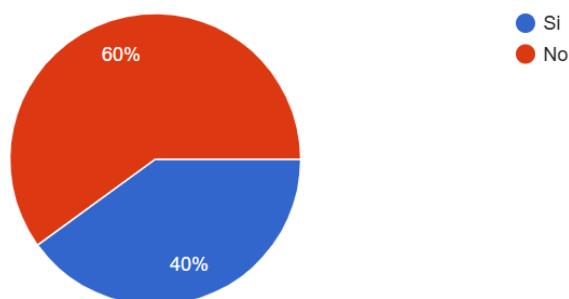
En la encuesta un 60% dice que si tiene conocimiento y un 40% que no.

Pregunta 6: conocimiento de los beneficios que brindan las instituciones públicas y privadas en los emprendimientos.

Las personas encuestadas no han percibido u obtenido información sobre el apoyo que brindan las instituciones públicas y privadas en la actualidad, siendo este una palanca principal para fortalecer o inyectar efectivo en sus emprendimientos.

Gráfico 6

Conocimiento de los beneficios que brindan instituciones públicas y privadas.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

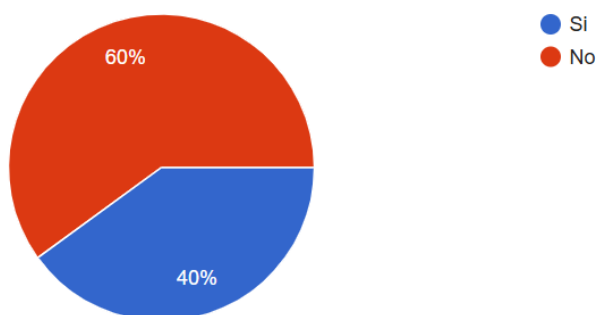
Un 60% de la población encuestada asegura no tener conocimiento sobre entidades que apoyan a los emprendimientos y un 40% si tienen conocimiento.

Pregunta 7: conocimiento sobre las aceleradoras e incubadoras en los emprendimientos.

Las personas encuestadas con emprendimientos, desconocen los términos de aceleradores e incubadoras, siendo estas importantes en su etapa inicial o de madurez en el emprendimiento.

Gráfico 7

Conocimiento sobre las aceleradoras e incubadoras en los emprendimientos.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

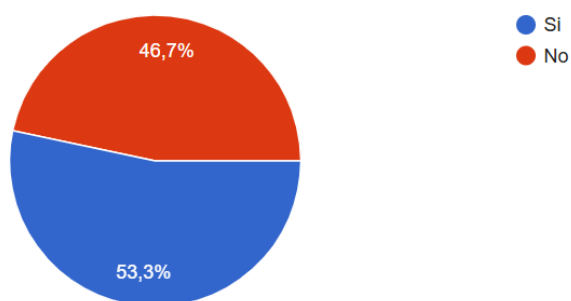
Un 60% de la población encuestada desconoce no tener conocimiento sobre aceleradoras e incubadoras y un 40% si tienen conocimiento.

Pregunta 8: Considera que el éxito del emprendimiento está en tener un buen presupuesto.

Es interesante como se muestran los resultados de la pregunta, ya que es muy relativo la importancia de llevar un buen presupuesto en sus emprendimientos, denotando una falla en ello, ya que un buen manejo del presupuesto, puede arrojar información importante para una toma de decisiones o ajustes en sus negocios.

Gráfico 8

Considera que el éxito del emprendimiento está en tener un buen presupuesto.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

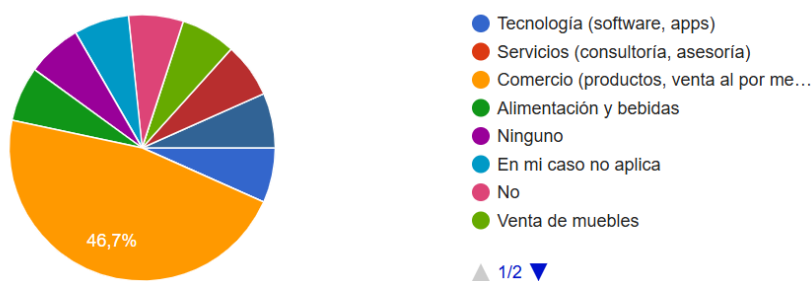
Un 53,3% de la población encuestada considera que si es importante llevar un buen presupuesto en sus emprendimientos y un 46,7% no lo considera de importancia.

Pregunta 9: Estás trabajando en un startup, ¿cuál es el sector en el que te estás desarrollando?

En la actualidad uno de los negocios con más auge es el comercio, ya que es lo más rápido que puede generar ingresos de alguna manera. La pregunta abarca tecnología, servicios, belleza, venta de muebles, comercio, alimentación, entre otros.

Gráfico 9

Estás trabajando en un startup, ¿cuál es el sector en el que te estás desarrollando?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

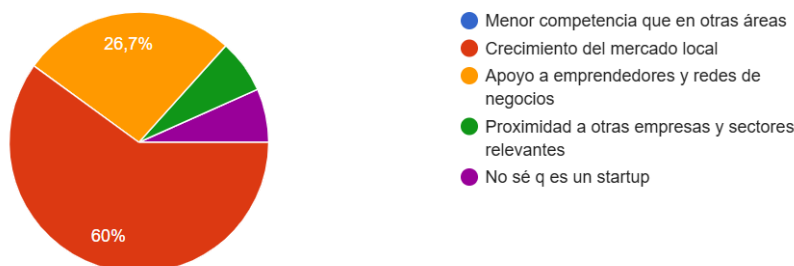
Un 46,7% de la población encuestada tiene como emprendimiento en la categoría de comercio y un 1.67% en las demás.

Pregunta 10: ¿Cuál consideras que es la principal ventaja de crear un startup en Heredia?

En la actualidad Heredia se considera como un lugar para crear startup enfocados en distintas áreas, atrayendo inversionistas, por ello la pregunta de la ventaja.

Gráfico 10

¿Cuál consideras que es la principal ventaja de crear un startup en Heredia?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

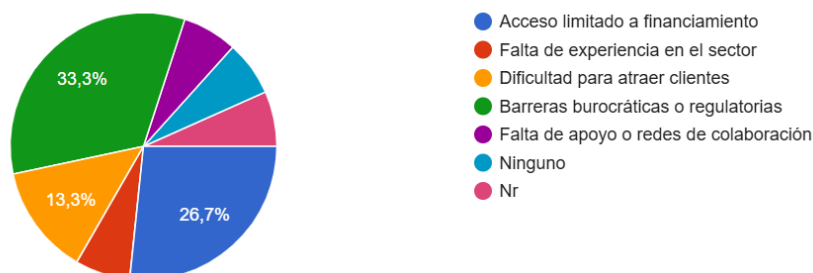
Un 60% de la población encuestada, considera que tiene un crecimiento del mercado local, un 26,7% apoyo a emprendedores y redes de negocios, un 6,7% para tener una proximidad a otras empresas y sectores.

Pregunta 11: ¿Qué dificultades principales has enfrentado o anticipas al intentar crear un startup en Heredia?

La población encuestada considera haber tenido que enfrentar desafíos al intentar crear un startup.

Gráfico 11

¿Qué dificultades principales has enfrentado o anticipas al intentar crear un startup en Heredia?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

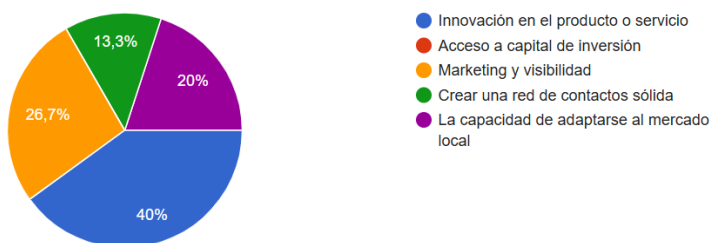
Un 33,3% de la población encuestada, considera tener barreras reguladoras, un 26,7% tener acceso limitado a financiamiento, 13,3% dificultad para atraer clientes y para el resto de opciones un 6,7% han enfrentado alguna situación en el startup.

Pregunta 12: En tu opinión, ¿cuál es el factor más importante para el éxito de un startup en Heredia?

La población encuestada considera que el factor más importante en un startup es la innovación en el producto o servicio, analizando que si tienen presente lo que debe tener un emprendimiento para salir adelante con éxito.

Gráfico 12

En tu opinión, ¿cuál es el factor más importante para el éxito de un startup en Heredia?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

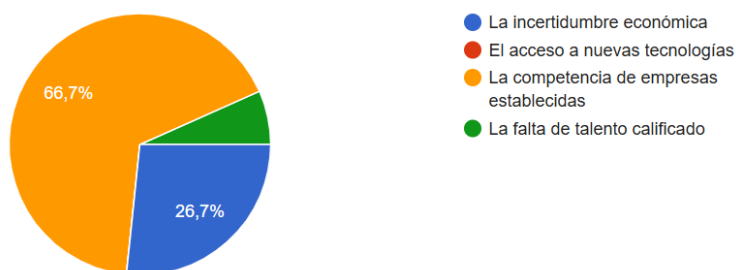
Un 40% de la población encuestada, considera que el factor más importante es la innovación en el producto, un 26,7% marketing, un 20% la capacidad de adaptarse al mercado local, y un 13,3% tener una red de contactos sólida.

Pregunta 13: ¿Cuál crees que es el mayor desafío para los emprendedores en Heredia durante el 2024?

La población encuestada considera en su mayoría, que la competencia de empresas establecidas, es su mayor desafío.

Gráfico 13

¿Cuál crees que es el mayor desafío para los emprendedores en Heredia durante el 2024?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

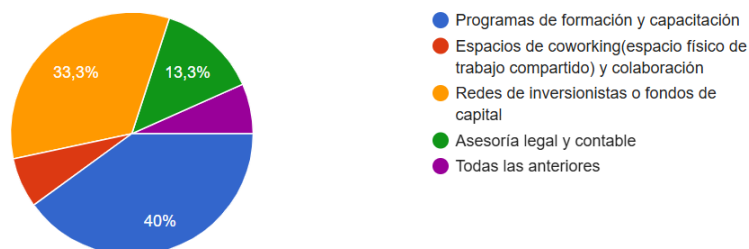
Un 66,7% de la población encuestada, considera que la competencia de empresas establecidas es el mayor desafío, un 26,7% la incertidumbre económica y un 6,7% la falta de talento calificado.

Pregunta 14: ¿Qué tipo de apoyo crees que sería más útil para los emprendedores en Heredia?

La población encuestada considera en su mayoría, que los programas de formación y capacitación serían de gran utilidad para fortalecer su emprendimiento, seguido de redes de inversionistas, asesoría legal y fomentar o crear los espacios de coworking que son espacios físicos de colaboración. Con esta información se puede determinar que los emprendedores necesitan de orientación, asesoría y apoyo por parte del gobierno, con el fin de crear esos startup que pueden ser grandes empresas en un futuro dentro de un mercado actual.

Gráfico 14

¿Qué tipo de apoyo crees que sería más útil para los emprendedores en Heredia?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

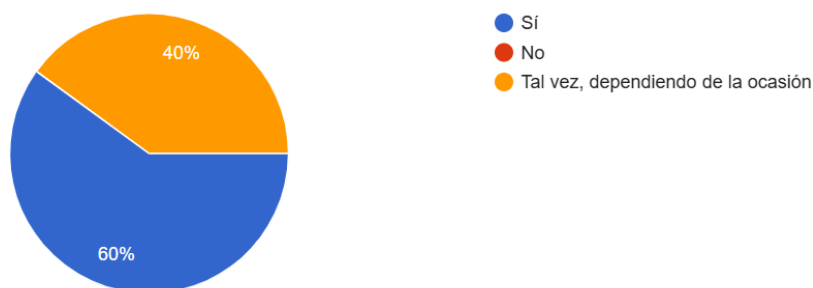
Un 40% de la población, considera que los programas de formación y capacitación sería útil en el emprendimiento, seguido de un 33,3% en redes de inversionistas, un 13,3% en asesoría legal y contable, finalmente un 6,7% en espacios de coworking.

Pregunta 15: ¿Estarías dispuesto a participar en eventos, ferias o competencias de startups en Heredia?

La población encuestada considera que los eventos, ferias o competencias de startup no son tan relevantes para su crecimiento local dentro del mercado actual.

Gráfico 15

¿Estarías dispuesto a participar en eventos, ferias o competencias de startups en Heredia?



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta aplicada.

Un 60% de la población encuestada, estaría dispuesto a participar en algún evento de emprendimiento y un 40% talvez, dependiendo de la ocasión.

Primer objetivo específico.

Determinar las limitantes que enfrentan los startups en el cantón central de Heredia con el financiamiento y adaptabilidad de sus productos o servicios.

Para analizar las limitantes que enfrentan los startups en el cantón central de Heredia, Costa Rica, en cuanto a financiamiento y adaptabilidad de sus productos o servicios, podemos identificar varios factores clave, por ejemplo, los desafíos como las limitaciones de acceso a recursos financieros, como obstáculos en la adaptabilidad de los modelos de negocio para ajustarse al mercado. Análisis detallado de estos elementos:

1. Limitaciones de Financiamiento

a. Acceso a Capital Inicial y Capital de Riesgo

En Costa Rica, y particularmente en regiones como Heredia, la disponibilidad de fondos de capital de riesgo y financiamiento para startups es limitada. Aunque existen algunos fondos locales, estos suelen ser insuficientes y están concentrados en sectores específicos como tecnología o innovación verde, dejando fuera a muchos sectores emergentes.

La falta de una red amplia de inversionistas ángeles y venture capital dificulta el financiamiento de startups en sus primeras etapas, lo cual limita el crecimiento y expansión de nuevas ideas y modelos de negocio.

b. Dificultades para Obtener Créditos Bancarios

Los bancos y otras instituciones financieras tradicionales en Costa Rica tienen criterios estrictos para otorgar préstamos a startups, especialmente porque estas no cuentan con un historial crediticio consolidado ni activos que puedan servir como garantía.

Además, las tasas de interés suelen ser altas para emprendimientos sin historial financiero, lo cual añade presión financiera en las primeras etapas de operación.

c. Limitado Apoyo Gubernamental y de Incentivos Financieros

Aunque el gobierno costarricense ha implementado algunos programas de apoyo para PYMEs, los recursos destinados específicamente para startups son limitados. Existen pocas iniciativas que realmente faciliten el financiamiento y el crecimiento de empresas en sectores emergentes en regiones específicas como Heredia.

La no simplicidad en los trámites de financiamiento público, junto con los requisitos administrativos, suele desincentivar a emprendedores a aplicar a estos programas.

Inadecuado Ecosistema de Inversión y Redes de Contacto

En Heredia, Costa Rica, el ecosistema de inversión no está tan desarrollado como en otras ciudades de América Latina. La falta de un sistema robusto de incubadoras, aceleradoras y networking limita la capacidad de los emprendedores de conectar con inversores locales e internacionales.

Los startups en esta región también tienen menos oportunidades de recibir mentorías o asesoramiento especializado en la estructuración de propuestas de valor atractivas para inversionistas.

Limitaciones para la Adaptabilidad de Productos o Servicios

a. Poca Flexibilidad en el Mercado Local

El mercado en Heredia, al ser más conservador y pequeño en comparación con mercados metropolitanos más grandes, presenta un reto para los startups en cuanto a la aceptación de productos o servicios nuevos. Los consumidores locales pueden ser menos propensos a adoptar tecnologías o soluciones innovadoras rápidamente, lo cual afecta la capacidad de los startups para validar y escalar sus modelos de negocio.

Escasa Investigación y Desarrollo (I+D)

Muchos startups no cuentan con los recursos necesarios para invertir en I+D, lo que limita su capacidad para adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado. Esto es crítico para startups que dependen de la innovación continua o del desarrollo de nuevas funcionalidades en sus productos o servicios.

La falta de incentivos y apoyo gubernamental para I+D también contribuye a esta limitación, dificultando que las empresas locales generen valor añadido mediante la innovación.

Limitado Acceso a Tecnología y Talento Especializado

En Heredia, encontrar talento especializado en áreas clave como tecnología, marketing digital, o desarrollo de productos puede ser un desafío, en especial para startups que requieren conocimientos técnicos avanzados o habilidades específicas.

Esto afecta la capacidad de los startups para desarrollar productos o servicios adaptables y competitivos en un mercado global. Las empresas a menudo deben recurrir a

outsourcing, lo que puede elevar los costos y reducir la capacidad de respuesta rápida a cambios en el mercado.

Barreras Regulatorias y Burocráticas

En Costa Rica presenta barreras para la innovación, con procesos burocráticos largos y regulaciones que pueden ralentizar la entrada de nuevos productos o servicios al mercado. Esto es particularmente restrictivo para startups que buscan adaptarse rápidamente a nuevas oportunidades de negocio.

Asimismo, las regulaciones laborales, aunque necesarias, pueden ser complejas y costosas de cumplir, afectando la flexibilidad operativa de los startups.

Oportunidades para superar estas limitaciones

Para contrarrestar estos obstáculos, algunas acciones que podrían fortalecer a los startups en Heredia son:

1. Fortalecer el Ecosistema de Apoyo: Crear más incubadoras y aceleradoras que ofrezcan programas específicos de financiamiento y formación en aspectos de negocio y tecnología.
2. Incentivos de Financiamiento y Créditos a Startups: Establecer programas gubernamentales y alianzas público-privadas que ofrezcan financiamiento a tasas bajas, así como fondos de inversión específicos para startups.
3. Redes de Mentores y Asesoría Especializada: Desarrollar redes de mentores y plataformas de networking que conecten a startups con expertos en diferentes industrias y con posibles inversores.
4. Promoción de la Adaptabilidad e Innovación: Incentivar programas de formación en innovación y gestión del cambio, junto con incentivos fiscales para la inversión en I+D que impulsen la creación de productos más adaptables y competitivos.

Estas estrategias podrían ayudar a superar los obstáculos de financiamiento y adaptabilidad que limitan actualmente a los startups en el cantón central de Heredia, fortaleciendo su impacto en la economía local y su competitividad a nivel nacional e internacional.

Segundo Objetivo Específico

Identificar los modelos de negocio, innovaciones tecnológicas que están utilizando los startups para mantenerse competitivos dentro de un mercado actual.

Para entender los modelos de negocio e innovaciones tecnológicas que están utilizando los startups en Heredia, Costa Rica, para mantenerse competitivos, es importante analizar tanto las tendencias globales que están influyendo en el ecosistema local como las particularidades de la región. Los startups en Heredia, están adoptando modelos de negocio que permiten agilidad, escalabilidad y adaptabilidad, integrando innovaciones tecnológicas como el comercio digital, el análisis de datos y la automatización, todas claves en su sostenibilidad en el mercado actual.

- A. Modelos de Negocio en los Startups de Heredia
- B. Modelo de Suscripción (Subscription Model)

El modelo de suscripción ha ganado popularidad en diversas industrias en Costa Rica, especialmente en servicios de software, educación, y entrega de bienes. Startups en Heredia ofrecen servicios de suscripción en sectores como educación en línea y servicios de bienestar, lo cual les permite generar ingresos recurrentes y predecibles, además de crear una base de clientes leales.

Según datos de estudios regionales, este modelo ha sido adaptado por startups debido a la creciente familiaridad de los consumidores con pagos recurrentes a través de plataformas como Netflix o Spotify, facilitando la adopción de suscripciones locales (González, 2021).

Marketplace o Plataforma Multilateral

Este modelo conecta a proveedores y consumidores de bienes o servicios en una plataforma común, permitiendo transacciones más fluidas y mejorando la accesibilidad. En Heredia, algunos startups han implementado este modelo en áreas como el transporte, la entrega de alimentos y la compra-venta de bienes de segunda mano. Plataformas como Uber Eats y Glovo han allanado el camino, y startups locales están explorando este modelo en nichos específicos.

La principal ventaja de este modelo es su capacidad de escalabilidad, permitiendo que las empresas aumenten el volumen de transacciones sin necesidad de grandes inversiones en infraestructura (Chaves y Jiménez, 2020)

Freemium y Monetización por Funcionalidades Avanzadas

Los modelos freemium son populares entre los startups tecnológicos de Heredia, especialmente aquellas que ofrecen aplicaciones o plataformas digitales. Este modelo permite que los usuarios accedan gratuitamente a servicios básicos, con la opción de pagar por funciones avanzadas, lo cual es efectivo para atraer usuarios y construir una base amplia rápidamente.

Este modelo ha sido clave en startups tecnológicas que buscan atraer clientes en fases iniciales, permitiéndoles evaluar el producto antes de comprometerse con una inversión. Este enfoque ayuda a los emprendimientos a diferenciarse en mercados competitivos, como lo argumenta Arias (2021) en su investigación sobre startups tecnológicas en Costa Rica (Arias, 2021)

Economía de Colaboración (Sharing Economy)

La economía colaborativa ha permitido que startups en Heredia ofrezcan servicios que utilizan activos de terceros. Ejemplos de esto son servicios de coworking y plataformas de

alojamiento. Esta estrategia no solo permite reducir costos iniciales, sino que también impulsa la flexibilidad operativa y la sostenibilidad, factores clave en el actual entorno de incertidumbre.

En este modelo, los usuarios comparten bienes o servicios mediante una plataforma, lo cual optimiza recursos y responde a la demanda de consumidores con mayor conciencia ambiental (Rodríguez y Campos, 2022).

Innovaciones Tecnológicas Clave para Startups en Heredia

Inteligencia Artificial y Análisis de Datos

El uso de inteligencia artificial (IA) y análisis de datos, es fundamental para que los startups optimicen sus operaciones y personalicen sus ofertas. Startups en Heredia están utilizando IA para optimizar procesos de atención al cliente mediante chatbots y para analizar grandes volúmenes de datos que ayudan en la toma de decisiones.

Estudios sugieren que el uso de IA permite a las empresas reducir costos operativos y mejorar la experiencia del cliente, algo que resulta crucial en la retención de clientes (Valverde, 2022).

Tecnología en la Nube (Cloud Computing)

La adopción de servicios de cloud computing, permite a los startups en Heredia escalar sus operaciones y almacenar datos de manera segura y accesible. Este tipo de tecnología también facilita la colaboración remota, lo cual ha sido fundamental en tiempos de pandemia y ha permitido una mayor flexibilidad en la gestión de equipos.

Según Hernández (2021), la tecnología en la nube permite reducir los costos de infraestructura y mantener flexibilidad en las operaciones, haciéndola una opción popular para startups en la región (Hernández, 2021).

Comercio Electrónico y Pagos Digitales

La digitalización del comercio es una tendencia clave en Heredia, con startups que desarrollan tiendas en línea y servicios de entrega para facilitar el acceso a productos y servicios. La pandemia aceleró la adopción del comercio electrónico y de pagos digitales, los cuales son ahora fundamentales para que los startups compitan en un mercado donde la conveniencia y la accesibilidad son altamente valoradas.

Este crecimiento en el comercio electrónico ha sido documentado en estudios locales que destacan el papel de startups en responder a la demanda de servicios a domicilio y la integración de métodos de pago accesibles (López, 2022).

Automatización de Procesos y Robótica

La automatización está siendo adoptada por startups en sectores como la manufactura y la logística, permitiendo reducir los costos laborales y mejorar la eficiencia operativa. La implementación de sistemas de automatización y robótica se observa en sectores como la agricultura y la fabricación de productos, áreas que están en crecimiento en la provincia.

Estudios de Martínez y Soto (2023) indican que las tecnologías de automatización aumentan la eficiencia y reducen el margen de error en tareas repetitivas, proporcionando una ventaja competitiva significativa (Martínez y Soto, 2023).

Tercer objetivo específico.

Desarrollar estrategias para el fortalecimiento del crecimiento de la empresa emergente, con herramientas de análisis financiero en dos escenarios el TIR y el VAN.

Se van a desarrollar tres estrategias que fueron analizadas con el fin de poder dar una idea a los posibles startups de cuál es la orientación que se requiere en cuanto a la estrategia.

Estrategia 1: Expansión de Líneas de Producto con Alta Rentabilidad

Descripción

Esta estrategia implica identificar y expandir las líneas de productos o servicios con mayor margen de ganancia y potencial de mercado, lo cual ayudará a aumentar los ingresos de manera sostenible. Mediante la diversificación de la oferta, la empresa puede captar una mayor cuota de mercado y reducir su dependencia de un solo producto o servicio.

Implementación Financiera con TIR y VAN

1. Análisis de TIR: Calcular la Tasa Interna de Retorno para cada línea de producto que se considere expandir, priorizando aquellas con una TIR más alta en comparación con la tasa de descuento de la empresa. La TIR ayudará a evaluar la rentabilidad potencial de la inversión inicial en cada línea de producto.
2. Análisis de VAN: Calcular el Valor Actual Neto para cada proyecto de expansión de línea de producto, descontando los flujos de efectivo futuros al costo de capital de la empresa. Si el VAN es positivo, la línea de producto será rentable y contribuirá al crecimiento de la empresa.

Ejemplo de Aplicación

Supongamos que la empresa tiene dos posibles productos nuevos para lanzar. Realiza un análisis de TIR y VAN para comparar las inversiones iniciales y los flujos de efectivo futuros esperados. Si el Producto A tiene una TIR del 15% y un VAN de \$10,000, mientras que el Producto B tiene una TIR del 20% y un VAN de \$8,000, la empresa podría optar por el Producto B en términos de mayor rentabilidad relativa, a pesar de que el VAN de Producto A es mayor, dependiendo del objetivo de crecimiento.

Estrategia 2: Optimización de Costos Operativos con Inversión en Tecnología

Descripción

Esta estrategia se centra en reducir los costos operativos mediante la inversión en tecnología, como sistemas de automatización, que permitan optimizar los procesos de producción, distribución o atención al cliente. Al reducir costos, la empresa puede mejorar sus márgenes de ganancia y aumentar sus flujos de efectivo.

Implementación Financiera con TIR y VAN

1. Análisis de TIR: Evaluar la TIR de la inversión en tecnología para asegurar que la tasa de retorno sobre el capital invertido en la mejora tecnológica sea superior a la tasa de descuento de la empresa. Una TIR alta indica que la inversión reducirá significativamente los costos y aumentará el retorno.
2. Análisis de VAN: Calcular el VAN de la inversión en tecnología para confirmar que los ahorros futuros generados por la reducción de costos operativos sean suficientes para superar la inversión inicial. Un VAN positivo indicará que la inversión en tecnología es rentable en el tiempo.

Ejemplo de Aplicación

Si la empresa invierte \$50,000 en un sistema de automatización que generará ahorros operativos de \$15,000 anuales, puede utilizar el análisis de TIR para determinar la rentabilidad de esta inversión. Si la TIR de esta inversión es del 18%, y su VAN es de \$12,000, la empresa podría proceder con esta inversión, ya que mejora su eficiencia y fortalece su rentabilidad.

Estrategia 3: Expansión Geográfica o de Mercado en Regiones con Alta Demanda

Descripción

La expansión hacia nuevos mercados geográficos o segmentos de mercado puede ser una estrategia de crecimiento efectiva. Al identificar mercados donde exista una demanda

insatisfecha o con competencia baja, la empresa puede captar una nueva base de clientes, incrementando sus ingresos y diversificando el riesgo de sus operaciones.

Implementación Financiera con TIR y VAN

1. Análisis de TIR: Realizar un análisis de TIR para evaluar las oportunidades de expansión geográfica o de mercado en función de la rentabilidad potencial de cada nuevo mercado. Es recomendable priorizar las expansiones con TIR más alta.
2. Análisis de VAN: Calcular el VAN para cada opción de expansión, descontando los flujos de efectivo proyectados con la tasa de costo de capital de la empresa. Un VAN positivo indicará que la inversión en expansión geográfica o de mercado es rentable.

Ejemplo de Aplicación

Si la empresa planea expandirse a una nueva región con una inversión de \$80,000 y espera generar flujos de efectivo de \$20,000 anuales, calcular la TIR y el VAN de esta expansión ayuda a decidir si el crecimiento en esta área es viable. Si la TIR es del 12% y el VAN es positivo en \$5,000, esto sugerirá que la expansión es una opción sólida de crecimiento a largo plazo.

En el siguiente espacio, se va a desarrollar lo que es un ejemplo del cálculo del VAN y el TIR, tomando en cuenta una tasa de descuento como la que sería la del préstamo que en este caso el banco nacional tiene una tasa activa para préstamos del Tasa de interés total anual: **11.68%**. Las tasas señaladas se muestran como referencia, han sido calculadas al día (24-09-2024), y están sujetas a cambios.

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

Introducción

El Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) son herramientas clave en la evaluación de proyectos de inversión. Ambos indicadores permiten a los analistas financieros valorar la rentabilidad de un proyecto y tomar decisiones acertadas.

Valor Actual Neto (VAN)

Definición

El VAN es la suma de los flujos de efectivo futuros descontados menos la inversión inicial. Un VAN positivo implica que el proyecto es rentable, mientras que un VAN negativo sugiere que no lo es.

Fórmula del VAN

La fórmula para calcular el VAN es:

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos de Efectivo}_t}{(1+r)^t} - \text{Inversión Inicial}$$

Donde:

$\text{Flujos de Efectivo}_t$ = Flujos de efectivo en el año t

r = Tasa de descuento (en este caso, 11.68% o 0.1168)

t = Número de períodos (años)

Ejemplo Práctico

Supongamos una inversión inicial de 10,000,000 colones y flujos de efectivo esperados durante los próximos 5 años, que son los siguientes:

Año 1: 3,500,000 colones

Año 2: 4,000,000 colones

Año 3: 4,500,000 colones

Año 4: 5,000,000 colones

Año 5: 5,500,000 colones

Cálculo del VAN

Ahora calculamos el VAN utilizando la tasa de redescuento del 11.68%.

$$\begin{aligned} \text{VAN} = & (3,500,000(1+0.1168)^1) + (4,000,000(1+0.1168)^2) + (4,500,000(1+0.1168)^3) + (5,000, \\ & 000(1+0.1168)^4) + (5,500,000(1+0.1168)^5) - 10,000,000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{VAN} = & ((1+0.1168)^{-1} 3,500,000 \\ &) + ((1+0.1168)^{-2} 4,000,000) + ((1+0.1168)^{-3} 4,500,000) + ((1+0.1168)^{-4} 5,000,000) \\ &) + ((1+0.1168)^{-5} 5,500,000) - 10,000,000 \end{aligned}$$

Calculamos cada término:

$$\text{Año 1: } 3,500,000 \cdot 1.1168^{-1} \approx 3,136,588$$

$$\text{Año 2: } 4,000,000 \cdot 1.2470^{-1} \approx 3,209,761$$

$$\text{Año 3: } 4,500,000 \cdot 1.3946^{-1} \approx 3,223,799$$

$$\text{Año 4: } 5,000,000 \cdot 1.5616^{-1} \approx 3,204,073$$

$$\text{Año 5: } 5,500,000 \cdot 1.7498^{-1} \approx 3,142,658$$

Sumando estos valores:

$$\begin{aligned} \text{VAN} = & 3,136,588 + 3,209,761 + 3,223,799 + 3,204,073 + 3,142,658 - 10,000,000 \\ \text{VAN} = & 3,136,588 + 3,209,761 + 3,223,799 + 3,204,073 + 3,142,658 - 10,000,000 \\ \text{VAN} \approx & 15,916,879 - 10,000,000 = 5,916,879 \end{aligned}$$

El VAN es 5,916,879 colones, lo que indica que el proyecto es viable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Definición

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. En otras palabras, la TIR es la tasa efectiva que iguala los flujos de efectivo descontados a la inversión inicial.

Cálculo de la TIR

Para calcular la TIR, se utiliza la misma fórmula del VAN, pero se busca el valor de r que hace que:

$$0 = \sum (\text{Flujos de Efectivo}_t / (1 + \text{TIR})^t) - \text{Inversión Inicial}$$

Ejemplo Práctico

Utilizando los mismos flujos de efectivo, la TIR se puede encontrar mediante métodos numéricos, como el método de prueba y error o utilizando calculadoras financieras.

Por ejemplo, supongamos que, al aplicar métodos numéricos, encontramos que la TIR es aproximadamente 14.5%. Esto indica que el proyecto genera un retorno efectivo del 14.5% anual.

Conclusión

Un VAN positivo de 5,916,879 colones y una TIR de 14.5% sugiere que el proyecto es rentable, ya que la TIR supera la tasa de redescuento del 11.68%.

La evaluación de estos indicadores es fundamental para tomar decisiones de inversión informadas.

Recuerden que el análisis del VAN y la TIR debe complementarse con otros factores tanto cuantitativos como cualitativos para una valoración integral del proyecto.

Análisis de Punto de Equilibrio (Break-Even Analysis)

Este enfoque identifica el volumen de ventas necesario para cubrir los costos totales (fijos y variables), evaluando así la viabilidad operativa.

Cómo funciona:

Calcula el punto donde ingresos = costos.

Se utiliza para comprender cuán viable es un startup en términos de operación continua sin depender de financiación externa constante.

Ventajas: Útil para startups con productos definidos y márgenes predecibles.

Limitaciones: Menos útil en startups innovadoras con alta incertidumbre de costos e ingresos.

Referencia:

Drury, C. (2018). Management and Cost Accounting. Cengage Learning.

Análisis de Escenarios y Simulaciones Monte Carlo

Este enfoque evalúa la viabilidad financiera bajo diferentes supuestos y condiciones futuras.

Cómo funciona:

Simula múltiples escenarios posibles para los flujos de caja y calcula probabilidades de éxito o fracaso.

Ayuda a entender mejor la variabilidad inherente de los startups.

Ventajas: Útil para startups en industrias volátiles o innovadoras.

Limitaciones: Requiere herramientas computacionales avanzadas.

Referencia:

Hertz, D. B. (1964). Risk Analysis in Capital Investment. Harvard Business Review.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Finalizada la aplicación de las herramientas para la recolección de los datos y con el análisis del flujo de caja, nos da la satisfacción de ver resultados positivos los cuales pueden llevar a la viabilidad del proyecto.

5.1 VARIABLE N 1 Desafío al ser startup

Según la investigación y los datos que arroja de las personas encuestadas, teniendo este un perfil de emprendedores, entre hombres y mujeres, se denota que el sector femenino es el que desafía el mercado actual, con algún emprendimiento, con un 86,7% y un 13,3% en los hombres, siendo esta una población joven, en su mayoría entre un rango de edad entre 20-40 años.

La información que se denota en la encuesta, es saber que en la actualidad las personas tienen la necesidad de emprender y en muchas ocasiones lo hacen sin un plan de negocios establecido, ni un modelo de negocio que pueda ayudar a ver la viabilidad del negocio, siendo este riesgoso, pero a su vez, buscando ser innovadores y estando en una constante actualización de los productos o servicios de la actualidad.

También dentro de los hallazgos, se puede determinar que:

La falta de recursos financieros, es una de los mayores desafíos para su crecimiento, limitando su capacidad para invertir y mejorar sus productos.

La competencia, con las empresas consolidadas, esto dificulta la adquisición de clientes y poder innovar.

Desconocimiento de apoyo del gobierno a nivel financiero y no contar con los programas para los startup y emprendimientos.

No contar con capacitaciones, esto dificulta para tener un buen manejo del negocio, a nivel económico, como de marketing, reconociendo que ahora todo se maneja a nivel de tecnología.

También la falta de experiencia, habilidades, incertidumbre y riesgo, es una desventaja y desafío para los emprendedores.

5.2 VARIABLE N 2 Sostenibilidad del negocio

La encuesta nos genera datos importantes, que determina que el desconocimiento del apoyo de las instituciones para el fortalecimiento de ingresos en sus actividades como negocio.

Consideran que el crecimiento del mercado actual es una ventaja competitiva, ya que siempre se tendrá una gama de productos y servicios atrayendo al público, adaptándose al constante cambio de tendencias y gustos de los clientes.

Uno de los factores que puede generar incertidumbre en un startup, son las barreras burocráticas o regulatorias a nivel país, que pueden estancar el negocio del startup, ya que este es un negocio informal, que inicia con lo mínimo buscando establecerse a futuro.

A pesar del rápido crecimiento rápido en las primeras etapas, el startup enfrenta dificultades para realizar sus operaciones. Los procesos internos no han sido suficientemente optimizados, y la infraestructura tecnológica no está preparada para manejar un aumento significativo en la demanda.

Al no tener un buen manejo y control del presupuesto, pueda que los emprendedores no concluyan con éxito en su negocio.

Para lograr éxito en el startup, se debe innovar en el producto o servicio, teniendo un buen manejo de marketing y realizando un feedback de la opinión de los clientes, para determinar si deben realizar mejoras en sus productos o servicios.

5.3 VARIABLE N 3 Conocimientos financieros

En el resultado de la encuesta, los emprendedores consideran que un buen manejo del presupuesto, es necesario para lograr el éxito en su emprendimiento. Se debe recordar que, para un buen manejo de las finanzas, se deben desarrollar varios documentos que pueden ayudar a identificar la viabilidad del negocio y determinar los ingresos y gastos.

Para una muestra de un buen desarrollo del emprendimiento, se puede iniciar aplicando la fórmula del punto de equilibrio, que este determinará el momento en que no tendrá ni pérdidas, ni ganancias. Se muestra la siguiente fórmula de aplicación:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{CF}}{\text{PV Unit.} - \text{CVUnit}}$$

Esta fórmula identifica el volumen de ventas necesario para cubrir los costos totales (fijos y variables), evaluando así la viabilidad operativa.

El punto de equilibrio realiza lo siguiente:

Calcula el punto donde ingresos = costos.

Se utiliza para comprender que tan viable es un startup en términos de operación continua sin depender de financiación externa constante.

Ventajas: es útil para startups con productos definidos y márgenes predecibles.

Limitaciones: Menos útil en startups innovadoras con alta incertidumbre de costos e ingresos.

Un ejemplo es el siguiente:

	Costos variables	Precio Venta		Ventas a realizar
PRECIO	¢141 201,99	¢150 000,00	PE=	¢30 257 570,00
Transporte	¢21 000,00			¢103 667,00
Viáticos	¢10 000,00			
Cuidador	¢15 333,00			
	¢46 333,00			

Análisis de Escenarios y Simulaciones Monte Carlo

Este enfoque evalúa la viabilidad financiera bajo diferentes supuestos y condiciones futuras.

Que hace:

Simula múltiples escenarios posibles para los flujos de caja y calcula probabilidades de éxito o fracaso.

Ayuda a entender mejor la variabilidad inherente de los startups.

Ventajas: Útil para startups en industrias volátiles o innovadoras.

Limitaciones: Requiere herramientas computacionales avanzadas.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

6.1 CONCLUSIONES

A continuación, se darán las conclusiones y recomendaciones que arrojo del resultado de la investigación elaborada, abordando el objetivo general y los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación, esto con el fin de dar certeza que se implementaron y se desarrollaron según lo expuesto.

6.1.1 Conclusión general

Se recomienda tomar en cuenta los alcances del presente trabajo final de graduación en vista de que le pueden servir a startups o empresas pymes o MiPymes, las cuales en su mayoría cuentan con emprendedores que no tienen estudios formales universitarios, por lo anterior para determinar las limitantes se recomienda que se lean el presente trabajo final de graduación.

6.1.2 Conclusiones específicas

Las conclusiones específicas se determinan con base a cada uno de los objetivos específicos planteados y se detallan a continuación:

- Según el primer objetivo, se identifica con la ayuda de la herramienta de Google Forms (encuesta) nos arroja una muestra de que el 80% tiene conocimiento del startup, lo cual es un porcentaje considerable para determinar sus limitantes y fortalezas, los emprendedores tienen la noción, pero carece de conocimiento para ejecutar de manera correcta, y así, poder alcanzar el objetivo meta de cada emprendedor, se da a conocer herramientas financieras, instituciones colaboradoras, programas de financiamiento y manejo adecuado con herramientas financieras para incrementar sus finanzas.
- Para la identificación de los modelos de negocio, de acuerdo con los rangos de edades se identifica que tienen uso de las herramientas tecnológicas, y que su mayor afluencia está enfocada en el comercio (producto, ventas y entre otros) con un porcentaje del 46.7% y en lo tecnológico y otras actividades un 1.67%, siendo innovadores para mantener sus productos o servicios en el mercado, a pesar de la gran competencia del mercado actual,

esta característica de los startup que es la innovación, los impulsa a ser competitivos constantemente y mantenerlos en el mercado actual.

- El tercer y último objetivo, con el análisis desarrollado en la presente tesina, se menciona a las estrategias para el fortalecimiento del crecimiento del startup, en la encuesta se visualiza que el 46.7% del resultado de la encuesta considera que no es necesario un presupuesto, con lo que se determina que no tiene conocimiento financiero, se investigó con el profesor diferentes formas que a nivel de bachillerato podrían ser útil para determinar la viabilidad financiera de un emprendimiento startup no dedicado únicamente al TIR y al VAN, sino que también se considera que el punto de equilibrio, es una herramienta financiera, que les ayudaría a la toma decisiones en sus proyectos actuales, para mejoras y obtener mayores ganancias, debido a sus limitantes, falta de conocimiento y financiamiento. Por ello, es necesario una buena guía y apoyo para no tener futuros fracasos y poder tener un buen planteamiento y proyección, para saber si realmente funciona, y así, poder tomar decisiones, realizar mejoras y ser atractivo para los inversores. También es reconocer que el startup es un método informal, que lo limita el acceso a financiamiento y tramitología legal, pero, sin embargo, esta práctica es un método visionario, ya que es innovador, por eso se dice que sirve para impulsar un emprendimiento y lograr su estabilidad.

6.2 RECOMENDACIONES

Como consecuencia de la investigación, podemos detallar las recomendaciones para la realización de un startup, con el conocimiento de las instituciones que apoyan estos emprendimientos, métodos de análisis financiero, inversores, incubadores, pretende que sea alcanzado con éxito sus objetivos.

- Conocimiento del modelo startup.
- Implementación de herramientas financieras para determinar la viabilidad del emprendimiento.
- Buen manejo de un presupuesto, el cual sea de utilidad para tomar decisiones o realizar modificaciones en el proceso.
- El uso de las herramientas tecnológicas para mantenerse activo y posicionado en el mercado actual.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- Adalid Medina, E. P. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Honduras.
- Alanya Huarcaya , S. R. (2019). *Los libros y registros tributarios a través de un sistema contable, aplicando el plan contable general empresarial en codicalza E.I.R.L.* Obtenido de Repositorio Universidad Nacional del Centro de Perú: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2356/Alanya%20Huarcaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alarcón Monge , J., Mata Alpizar , C. G., Mata Alpizar , S. A., & Mora Vásquez , L. (agosto de 2019). *Diseño del sistema contable y control interno para la empresa FHM OKYNAWA S.A.* Obtenido de Universidad de Costa Rica. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Administración de Negocios : <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/5376/1/40229.pdf>
- Alfaro Pizarro, R. A., Flores Díaz, K. V., Marín Alvarado , J. E., & Tapia Suazo , L. G. (junio de 2019). *Propuesta para la mejora contable y estructura de control interno en la empresa ElectroCare S.A.* Obtenido de Universidad de Costa Rica, Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Administracion de Negocios: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/5013/1/41562.pdf>
- Angie Marín L., E. H. (1 de 7 de 2016). Metodología para el análisis de datos cualitativos en investigaciones orientadas al aprovechamiento de fuentes renovables de energía. Venezuela.
- Aray, R. (2018). *Mercado y Consumidor, Mercado y Producto*.
- Arce Soto, F., Azofeifa Villalobos, T., Chacón León, L., & España Chavarría, C. (2019). *Leasing o arrendamiento como herramienta de gestión financiera para PYMES* . Obtenido de Una aproximación a las prácticas de encadenamientos productivos con enfoque de RSE en las PYMES costarricenses.: https://www.researchgate.net/profile/Roy-Mora-Vega/publication/329845198_Una_aproximacion_a_las_practicas_de_encadenamientos_productivos_con_enfoque_de_RSE_en_las_PYMES_costarricenses/links/5c1d7daf92851c22a33d3684/Una-aproximacion-a-las-practicas-de-enca
- Aresep. (20 de Mayo de 2021). <https://aresep.go.cr/tarifas/tarifas-vigentes/2199-tarifa-acueducto-aya-2019-2021>.
- Arias Sandí, G. (2018). *Propuesta de mejora a la gestión financiera para una empresa de comercialización de artículos deportivos*. Obtenido de Universidad de Costa Rica : <http://www.kerwa.ucr.ac.cr:8080/bitstream/handle/10669/75517/TFG%20Completo%20-%20Gisella%20Arias%20B49570%20vf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, P. S. (2016). *Economipedia.com*.
- Arrubla, M. (2016). Finanzas y educación financiera en las empresas familiares Pymes. *Sinapsis*, 99-118. Obtenido de Pymes. *Sinapsis* (8), 99- 118.
- Artículo 2 Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas*. (s.f.). Obtenido de ict.go.cr.
- Artículo 253 "Código Civil"*. (s.f.). Obtenido de PGR SINALEVI .

- Artículo 254 "Código Civil".* (s.f.). Obtenido de PGR SINALEVI .
- Artículo 255 "Código Civil".* (s.f.). Obtenido de PGR SINALEVI.
- Arturo Hernández Escobar, M. R. (2019). *Metodología de la Investigación Científica*. Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Aumento de la cantidad de microempresas en el país.* (2019). Obtenido de Ministerio de Economía, Industria y Comercio: <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/940/aumento-la-cantidad-de-microempresas-en-el-pais.php>
- Azuaje , N. (14 de febrero de 2018). *Principales dificultades que enfrentan las PYME relacionadas con su gestión financiera*. Obtenido de Grupo Consultor Financiero : <http://grupocf.biz/2018/02/14/principales-dificultades-que-enfrentan-las-pyme/>
- B, A. C. (2016). *Análisis Financiero*. UNID.
- Bermúdez Carrillo, L. A. (2014). Necesidades de capacitación de las PYMES del cantón de Bagaces . *Reflexiones 93 (2)*, 11-21.
- Bolaños Hidalgo, S., & Salazar Brenes, V. M. (2019). *Gestión de las PYMES en Costa Rica*. Obtenido de Una aproximación de las prácticas de encadenamientos productivos con enfoque de RSE en las PYMES costarricenses: https://www.researchgate.net/profile/Roy_Mora_Vega/publication/329845198_Una_aproximacion_a_las_practicas_de_encadenamientos_productivos_con_enfoque_de_RSE_e_n_las_PYMES_costarricenses/links/5c1d7daf92851c22a33d3684/Una-aproximacion-a-las-practicas-de-enca
- Cano Morales, A. M. (2019). *Contabilidad gerencial y presupuestaria, 2a.Edición: Bajo Normas Internacionales de Contabilidad y Normas Internacionales de Información Financiera*. Ediciones de la U.
- CNFL. (2021). <https://www.cnfl.go.cr/calculadora-energetica-cnfl>.
- Coello, C. E. (2016). *La información financiera y administrativa*. Mexico: Azucena Garcia Nares.
- Costa Rica y su historia.* (5 de enero de 2019). Obtenido de [Hojalatero]. Facebook: <https://www.facebook.com/Costaricaysuhistoria/posts/hojalatero/243027285772619/>
- David M. Levine, T. C. (2006). *Estadística para Administración*. Mexico: Pearson.
- Definición de PyMEs.* (2019). Obtenido de Cámara de Industrias de Costa Rica : <https://cicr.com/120-mipymes-se-han-graduado-de-programa-innovex-2/>
- Delgado , G. I., & Gómez Chi, S. V. (julio de 2019). *Importancia de la contabilidad dentro de las PYMES*. Obtenido de Eumed.net: <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/3/contabilidad-pymes.html>
- Echavarría, R. B. (2019). *Investigación, Un camino al conocimiento*. San Jose,; Euned.
- Eduacación, F. d. (2019). *Reflexiones Metodológicas Situadas en torno de los Procesos de Investigación*.
- Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *Digital ublisher CEIT*, 217-226.

- Figuerola López, H. J., & Hernández Castillo, M. d. (lunes de diciembre de 2019). *Importancia de las finanzas personales en la utilización de los ingresos del personal administrativo de Tabacalera Perdomo S.A durante el primer trimestre del 2019*. Obtenido de Repositorio Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua : <https://repositorio.unan.edu.ni/9669/1/18815.pdf>
- Flores Soria , J. (2019). *Análisis Financiero para contadores y su incidencia en las NIIF*. Instituto Pacífico S.A.C.
- Fundación Wikipedia, I. (s.f.). <https://es.wikipedia.org>.
- G., C. S. (2018). *Fundamentos Básicos de Estadística*.
- Gaceta. (30 de Julio de 2020). MANUAL DE VALORES BASE UNITARIOS POR TIPOLOGIA CONSTRUCTIVA.
- García Panti , G. D., & Pérez Ruiz , A. Y. (2015). *Influencia de la gestión contable para la toma de decisiones organizacionales en la Asociación ASIMVES del Parque Industrial V.E.S*. Obtenido de Universidad Autónoma del Perú : <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/146/1/GARCIA%20-%20PEREZ.pdf>
- Gitman , L. J., & Zutter, C. J. (2019). *Principios de administración financiera (decimosegunda edición)* . Obtenido de Pearson Educación : <https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>
- Gómez, J. A. (2019). *Los Desarrollos Inmobiliarios en Costa Rica, dedicados la hospedaje turístico*. San José.
- González Martínez, K., Monge Abarca, M., Núñez Jiménez, D., Peraza Munguía, A., & Vargas Moreno, M. (2019). *Consultoría Financiera para PYMES en Costa Rica*. Obtenido de Repositorio TEC : https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/9141/consultoria_financiera.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- H. M. S. Priyanath. (2019). *Managerial Deficiencies in the Small and Medium Enterprises (SMEs) in Sri Lanka: An Empirical Evidence of SMEs in the Ratnapura District*. Sabaragamuwa, Sabaragamuwa, Sri Lanka.
- Hernández Calzada, M. A., Mendoza Moheno, J., & Tabernero Urbieta, C. (2019). *La antigüedad de las pequeñas y medianas empresas y su relación con la competitividad*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/mendoza_moheno_jessica/la_antiguedad_de_las_pymes_y_su_relacion_con_la_competitivid.pdf
- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio , P. (2019). *Métodología de la investigación (6a. ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Jiménez Sánchez, J. C., Piedra Abarca, H. J., & Zamora Salazar, D. (2019). *Gobierno Corporativo, Profesionalización y Plan de Sucesión para la Empresa ATAI de Tibás Ltda*. Obtenido de Repositoriotec: https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/7198/gobierno_corporativo_profesionalizacion_plan_sucesion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lawrence J, G., & Chad J. , Z. (2019). *Principios de administración financiera. Decimosegunda edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

- Leasing o arrendamiento como herramienta de gestión financiera para PYMES.* (2019). Obtenido de Una aproximación a las prácticas de encadenamientos productivos con enfoque de RSE en las PYMES costarricenses.: https://www.researchgate.net/profile/Roy_Mora_Vega/publication/329845198_Una_aproximacion_a_las_practicas_de_encadenamientos_productivos_con_enfoque_de_RSE_en_las_PYMES_costarricenses/links/5c1d7daf92851c22a33d3684/Una-aproximacion-a-las-practicas-de-enca
- López Peña, K. A., & Mora Vega, R. (junio de 2019). *Una aproximación a las prácticas de encadenamientos productivos con enfoque de RSE en las PYMES costarricenses.* Obtenido de Una aproximación a las prácticas de encadenamientos productivos con enfoque de RSE en las PYMES costarricenses: https://www.researchgate.net/profile/Roy_Mora_Vega/publication/329845198_Una_aproximacion_a_las_practicas_de_encadenamientos_productivos_con_enfoque_de_RSE_en_las_PYMES_costarricenses/links/5c1d7daf92851c22a33d3684/Una-aproximacion-a-las-practicas-de-enca
- Marcotrigiano Z., L. (2019). Reflexiones acerca de la elaboración y presentación de estados financieros bajo ambiente VEN-NIF PYME. *Redalyc Org*, 45-81.
- Maseko, N., & Manyani, O. (11 de noviembre de 2019). Accounting practices of SMEs in Zimbabwe: An investigative study of record keeping for performance measurement (A case study of Bindura). Zimbabwe, Africa.
- Mazón Arevalo, L., Villao Burgos, D., Núñez, W., & Serrano, L. M. (2019). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 14-24.
- Méndez Arias, A., Oliva Delgado, R., Salazar Calderón, J., & Villegas Sánchez, E. (febrero de 2016). *Propuesta de un Sistema de Información Integrado de Calidad y Ambiente en PYMES, en colaboración con la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica.* Obtenido de Mediana Empresa del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Administración de Negocios: <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/75193/Trabajo%20Final%20de%20Graduaci%C3%B3n%20-%20Documento.pdf?sequence=1>
- Michaels, E., Handfield-Jones, H., & Axelrod, B. (2019). *La Guerra por el talento. Principios para atraer, desarrollar y retener a gerentes altamente talentosos.* Bogotá, Colombia.: Editorial Norma.
- Ministerio de Economía, I. y. (29 de 03 de 2021). <https://www.meic.go.cr/meic>. Obtenido de <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/940/aumento-la-cantidad-de-microempresas-en-el-pais.php>
- MTSS. (Mayo de 2021). https://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/Documentos-Salarios/lista_salarios_2021.pdf.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD.* (2019). Obtenido de Centro OCDE/CVM de Educación y Alfabetización Financiera para América Latina y el Caribe: [https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/\[ES\]%20Recomendaci%C3%B3n%20Principios%20de%20Educaci%C3%B3n%20Financiera%202005.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/[ES]%20Recomendaci%C3%B3n%20Principios%20de%20Educaci%C3%B3n%20Financiera%202005.pdf)

- Páez, M. C. (2018). *Infopedagogía*.
- Pérez Molina , A. I. (2019). El modelo de empresa familiar: los cuatro pilares fundamentales . *Revista de investigación: 3 Ciencias* , 1-12.
- Prieto Hurtado, C. A. (2019). *Análisis Financiero*. Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Puche Forte, J. (2016). *Oficios en el recuerdo. "Los Hojalateros"*. Obtenido de Museo arqueológico de Yecla: <http://museoarqueologicodeyecla.org/wp-content/uploads/2016/06/Oficios-en-el-recuerdo-Los-hojalateros.pdf>
- Real Academia Española. Talento Humano*. (s.f.). Obtenido de Diccionario de la lengua española. Recuperado el 07 de febrero del 2021: <http://www.rae.es/rae.html>
- Rodríguez, A. (30 de 10 de 2019). Venezuela.
- Roldán , P. N. (s.f.). *Renta*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/renta.html>
- Ruiz Medina , M. I. (marzo de 2019). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacan, Sinaloa, México*. Obtenido de Universidad Autónoma de Sinaloa: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html#:~:text=4.3.1%20Enfoque%20cuantitativo,a%20los%20objetivos%20inicialmente%20planteados.
- Sampieri, R. H. (2019). *Metodología de la Investigación*. México D.F.
- Sampierí, R. H. (2019). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana, 2019.
- Torres Torres , A. (s.f.). *"MEFIPES, Método para Obtener Finanzas Personales Sanas"* Caso: Tenaris Tamsa. Obtenido de cdigital Universidad Veracruzana: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/34827/torrestorres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Undécimo Informe sobre el Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. (s.f.). Obtenido de MEIC: <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/pyme/estadodelanacion/04.pdf>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2020). *Metodología de la investigación* (7ª ed.). McGraw-Hill.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2020). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Rojas, M. (2021). *El emprendimiento y los startups en Costa Rica: Innovación y tecnología como motores de crecimiento*. Editorial UCR.
- Díaz, F. (2020). *El perfil del emprendedor y su impacto en la innovación empresarial*. Editorial Pearson.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2021). *Metodología de la investigación* (7^a ed.). McGraw-Hill.

González, M., & Pérez, R. (2021). *Innovación y emprendimiento: El papel de las incubadoras en el desarrollo empresarial*. Editorial Alfa.

Serrano, A., & Jiménez, L. (2020). *Espacios colaborativos: El impacto del coworking en el emprendimiento moderno*. Editorial McGraw-Hill.

Brown, J., & Johnson, P. (2020). *Insights en el marketing: Estrategias basadas en el comportamiento del consumidor*. Editorial Wiley.

Drucker, P. (2020). *Innovación y emprendimiento: Principios de un enfoque innovador para las empresas*. Editorial HarperBusiness.

Córdoba, J., & Rodríguez, M. (2021). *Financiamiento para emprendedores y pymes: El capital semilla y la banca de desarrollo como impulsores de la innovación*. Editorial McGraw-Hill.

Mora, J., & Rojas, A. (2022). *Innovación y emprendimiento en Costa Rica: Multinacionales, tecnología y oportunidades de mercado*. Editorial Tecnológica CR.

González, A., & Pérez, R. (2020). La importancia de las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico de Costa Rica. *Revista Latinoamericana de Economía*, 22(3), 45-59. <https://doi.org/10.1234/rle.2020.0023>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2020). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Dirección de marketing* (16.^a ed.). Pearson.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2021). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (8th ed.). Pearson.

Béné, C., Godfrey Wood, R., Newsham, A., & Davies, M. (2020). *Resilience: New approaches to theory and practice*. Routledge.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson.

Salvatore, D. (2020). *Microeconomía* (8.^a ed.). McGraw-Hill.

Ross, S. A., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2019). *Corporate finance* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2020). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson.

González, J., & Martínez, L. (2021). *Métodos de investigación y análisis de datos en ciencias sociales* (2^a ed.). Editorial Universitaria.

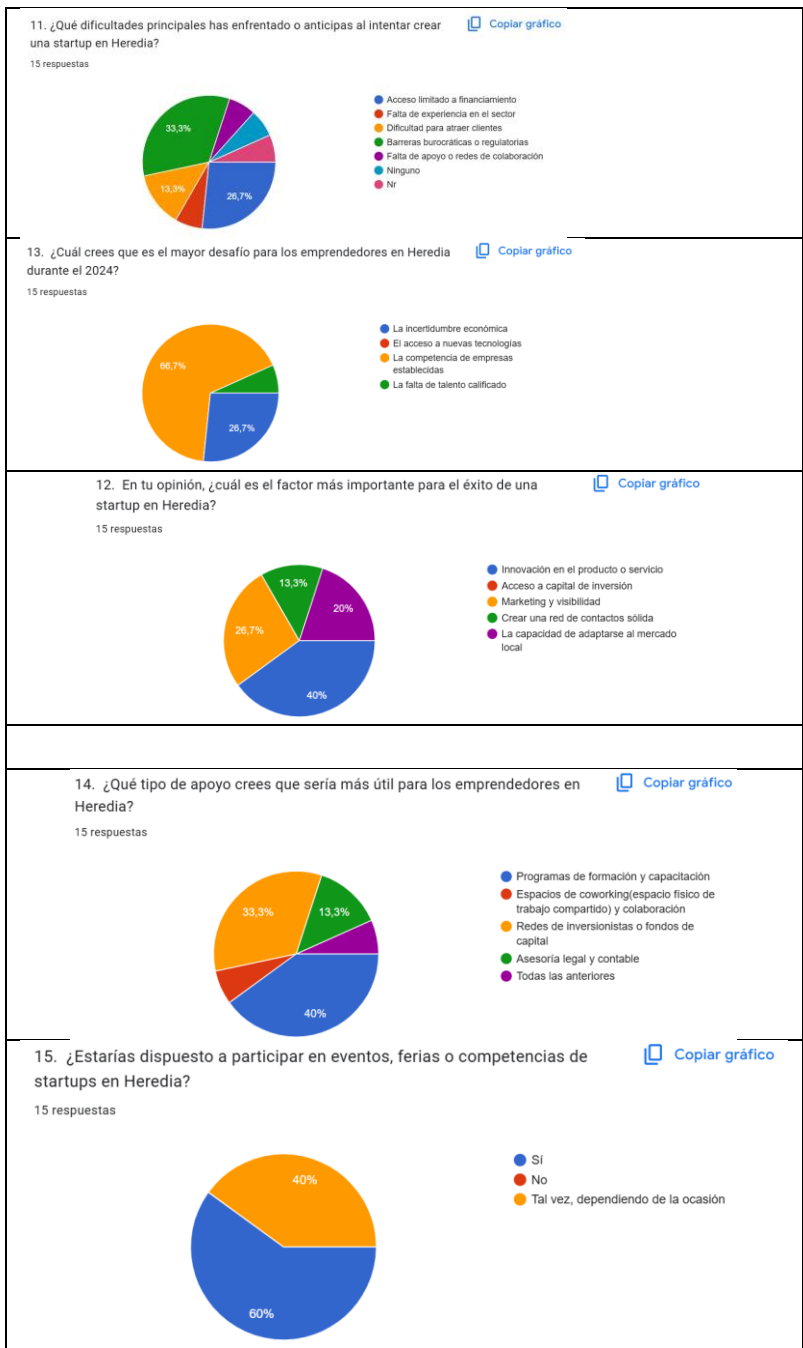
González, J., & Martínez, L. (2022). *Técnicas de muestreo y análisis de datos en investigación social* (3^a ed.). Editorial Académica.

Hertz, D. B. (1964). Risk Analysis in Capital Investment. *Harvard Business Review*.

ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA





ANEXO 2

DECLARACIÓN JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo Jéssica Fernández Candiotti,, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 112310181 egresado de la carrera de Administración de Negocios 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 Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas , juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado:

INFLUENCIA DEL MODELO STARTUP DEL MERCADO LOCAL CON UNA POBLACIÓN ENTRE LOS 20 Y 40 AÑOS EN HEREDIA, HEREDIA DURANTE EL TERCER CUATRIMESTRE DEL 2024, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 02 días del mes de diciembre del año dos mil 2024.

JESSICA PAMELA
FERNANDEZ
CANDIOTTI (FIRMA)

Firmado digitalmente por
JESSICA PAMELA FERNANDEZ
CANDIOTTI (FIRMA)
Fecha: 2024.12.06 12:04:58
-06'00'

Firma del estudiante

Cédula: 112310181

ANEXO 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO



**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROPUESTA DE TEMA DE TRABAJO FINAL
DE GRADUACIÓN (TESINAS Y TESIS)**

1. Persona Estudiante: Jéssica Pamela Fernández Candiotti
2. Número de identificación: 112310181
3. Carrera: Administración de Empresas, con Énfasis en Banca Y Finanzas
4. Modalidad de Trabajo Final de Graduación (Marcar con una X)
 - Tesina (Bachillerato) ___X_____
 - Tesis (Licenciatura) _____
5. Sede: _Heredia_
6. Fecha de presentación del tema: 13 de setiembre de 2024.
7. Periodo académico en el iniciará el proceso de investigación: de setiembre a diciembre 2024.
8. Tema propuesto: La influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024.
9. Título de la investigación: La influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024.
10. Línea de investigación: FCE-LI-14
11. Planteamiento del Problema: ¿Cuál es la influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024?
12. Formulación del Problema: ¿Cuál es la influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024?
13. Problema de investigación (interrogante): ¿Cuál es la influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024?



- 14. Objetivo(s) general(es):** Analizar la influencia del modelo Startup del mercado local con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el tercer cuatrimestre del 2024.
- 15. Objetivos específicos:**
Determinar las limitantes que enfrentan los startups en el cantón central de Heredia con el financiamiento y adaptabilidad de sus productos o servicios.
- Identificar los modelos de negocio, innovaciones tecnológicas que están utilizando los startups para mantenerse competitivos dentro de un mercado actual.
- Determinar estrategias para el fortalecimiento del crecimiento de la empresa emergente.
- 16. Justificación:**
Costa Rica ha experimentado un crecimiento exponencial con los emprendedores en el cantón central de Heredia, siendo esta una población joven y con un factor importante en la economía e innovación del país.
- Las empresas emergentes, involucran la innovación, productos o servicios que tienen competencia dentro un mercado variante, asumiendo riesgo y adaptabilidad.
- De este modo, los startups, buscan un crecimiento rápido en un corto plazo y a un menor costo, generando empleo y desarrollo económico.
- La investigación estará dirigida a los startups, fortaleciendo las estrategias empresariales, facilitando el desarrollo de una economía más competitiva y atractiva para los inversores.
- 17. Contexto donde se va a desarrollar la investigación (breve descripción del lugar y población).** En la gran área metropolitana, en una población joven en un rango de edad entre 20 a 40 años.
- 18. Instrumentos para utilizar para la recolección de datos (e.g. guía de entrevista, cuestionarios, test, guías de observación):** se realizarán encuestas y entrevistas.
- 19. Tamaño de la muestra (número de participantes en la investigación):** el número de participantes en la investigación de Heredia, Heredia es de 46 083 (rango de edad de 20 a 40 años) y el resultado de la muestra es de 202.



Espacio para ser llenado por la Coordinación de Investigación, FCE, UH.			
APROBADA		DENEGADO	
X			
Observaciones			
Revisado por			
Nombre		Firma	
M.Ed. Julio César Castro Miranda, MBA. Coordinador de Investigación, FCE, UH.		Julio César Castro Miranda	Firmado digitalmente por Julio César Castro Miranda Fecha: 2024.09.18 19:23:45 -06'00'
Fecha			
18 de setiembre del 2024			
Visto Bueno Dirección de Carrera			
Administración de Negocios	Nombre	Firma	Fecha
	Lic. Luis Alberto Vargas Zúñiga	LUIS ALBERTO VARGAS ZUÑIGA (FIRMA)	Firmado digitalmente por LUIS ALBERTO VARGAS ZUÑIGA (FIRMA) Fecha: 2024.09.19 18:58:38 -06'00'
Contaduría	Nombre	Firma	Fecha

ANEXO 3

CARTA TUTOR

CARTA DEL TUTOR

San José, 25 de noviembre de 2024.

Señores
Carrera de Administración de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

La estudiante Jéssica Fernández Candiotti, cédula de identidad número 1-1231-0181, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado INFLUENCIA DEL MODELO STARTUP DEL MERCADO LOCAL CON UNA POBLACIÓN ENTRE LOS 20 Y 40 AÑOS EN HEREDIA, HEREDIA DURANTE EL TERCER CUATRIMESTRE DEL 2024. 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%	20
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20
	TOTAL		100

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

Atentamente,
 Alexander
 Cordero
 Céspedes

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

Firmado digitalmente por
 Alexander Cordero Céspedes
 Fecha: 2024.11.25 19:45:44
 -06'00'

CARTA DE LECTOR

16 de diciembre de 2024

Señores
Servicios Estudiantiles
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

La estudiante **Jéssica Fernández Candiotti**, cédula de identidad **0118500616** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“INFLUENCIA DEL MODELO “STARTUP” DEL MERCADO LOCAL CON UNA POBLACIÓN ENTRE LOS 20 Y 40 AÑOS EN HEREDIA, HEREDIA DURANTE EL TERCER CUATRIMESTRE DEL 2024”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas**.

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

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

Atentamente,

LUIS ALBERTO
VARGAS
ZUÑIGA (FIRMA)

Firmado digitalmente por
LUIS ALBERTO VARGAS
ZUÑIGA (FIRMA)
Fecha: 2024.12.16 20:26:02
-06'00'

**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, 24 de enero del 2025

Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Jéssica Pamela Fernández Candiotti con número de identificación 112310181 autor (a) del trabajo de graduación titulado Influencia del modelo del startup del mercado local, con una población entre los 20 y 40 años en Heredia, Heredia durante el cuatrimestre del 2024 presentado y aprobado en el año 2024 como requisito para optar por el título de Bachillerato en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas; (SI) autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

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

Cordialmente,

JESSICA PAMELA
FERNANDEZ CANDIOTTI
(FIRMA)

Firmado digitalmente por JESSICA
PAMELA FERNANDEZ CANDIOTTI
(FIRMA)
Fecha: 2025.01.24 16:56:03 -0600'

Cedula 112310181

ACTA DE ACEPTACION DE DEFENSA VIRTUAL**ACTA DE MODALIDAD DE GRADUACION****CONSTANCIA DE MODALIDAD VIRTUAL****MODALIDAD DE GRADUACION: 2025****CARRERA: Bachillerato en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas**

Quien suscribe, **Jéssica Pamela Fernández Candiotti**, portador del documento de identificación número **112310181**, en mi condición de egresado de la carrera de **Bachillerato en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas** de la Universidad Hispanoamericana, por medio de la presente **ACEPTO EXPRESAMENTE**, por medio de este documento que:

1. La defensa de la modalidad de graduación para optar al grado de **bachillerato** en la carrera de **Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas** se realice de forma virtual y no presencial.
2. Acepto expresamente sea grabada, siendo que la misma será utilizada estrictamente para fines académicos.
3. Me comprometo a que, en la hora y fecha señalada, salvo razones de fuera mayor o caso fortuito, los cuales deberé de acreditar, contar con los accesos a la plataforma virtual de la universidad mediante la modalidad teams o la que asigne previamente la Universidad.
4. A acatar las instrucciones para dicho evento, tanto que giren las Autoridades Académicas como el Tribunal Examinador, antes, durante y posterior al mismo.
5. A firmar físicamente la documentación que se requiera, en la oportunidad y tiempo que el Decreto de Emergencia Nacional, sea levantado.
6. Conozco y acepto que los plazos y términos, para eventuales acciones recursivas contra resultado final, que corren a partir del día siguiente hábil a que he sido comunicado del mismo.

JESSICA PAMELA
FERNANDEZ
CANDIOTTI (FIRMA)

Firmado digitalmente por
JESSICA PAMELA FERNANDEZ
CANDIOTTI (FIRMA)
Fecha: 2025.01.24 16:48:40
+0500'

Firmo conforme: ----- Fecha: 24/01/2025