

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION  
DE NEGOCIOS CON ENFASIS EN BANCA Y FINANZAS

ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA  
EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL  
PRIMER SEMESTRE 2020.

Postulante: Jonathan Gonzalez Espinoza

Tutor: Ronald Ortiz Ramírez

Enero 2020

**DECLARACIÓN JURADA****DECLARACIÓN JURADA**

Yo Jonathan Espinoza Obando mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 114250909 egresado de la carrera de Administración de empresas, con énfasis en Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciado en Administración, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020 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 15 días del mes de Enero del año dos mil veinte.

Jonathan Espinoza O

Firma del estudiante

Cédula 114250909

## DEDICATORIA

Este logro lo dedico a mi madre, que me enseñó y formó como el ser humano que soy hoy, me enseñó resiliencia y fortaleza para enfrentar retos y, sobre todo, humildad.

Lo dedico también a mi familia, que siempre me han sido un apoyo durante todos mis años de estudio, que culminan un ciclo con este documento, así como a las otras personas, amigos, compañeros de trabajo, que me han apoyado durante este proceso.

Por último, se lo dedico a Dios, quien nos ha enseñado a través de la fe, a creer en nosotros mismos, y nunca rendirnos.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi madre, Victoria Espinoza. Doña Vicky es una guerrera, que me ha enseñado a nunca rendirme, a luchar, a salir adelante, me ha enseñado a buscar oportunidades y a aceptar las no tan buenas noticias, me enseñó que con una sonrisa el peor de los males pasa a segundo plano. Le agradezco haberme regalado la educación que tuve, por nunca soltarme y siempre apoyarme con las decisiones que tomé.

Agradezco también a mi tutor Ronald, quien tuvo una paciencia increíble en este proceso conmigo, a pesar de todos mis fallos me pudo guiar, por su dedicación a enseñar y compartir todo lo que sabe.

Por último, a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron para culminar este proyecto, me apoyaron en mis solicitudes y nunca me dejaron solo, a ellos mi eterno agradecimiento.

# APROBACION TUTOR

## CARTA DEL TUTOR

Heredia, 15 de enero de 2020

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**Escuela Administración de Negocios**  
**Universidad Hispanoamericana – Sede Heredia**

Estimados señores:

El estudiante Jonathan Espinoza Obando cédula de identidad número 1 1425 0909 me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020. el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas, con énfasis en finanzas.

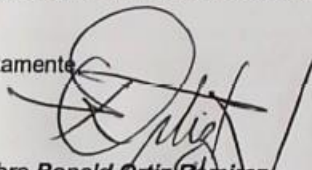
En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y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

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

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	
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,



**Nombre Ronald Ortiz Ramirez**  
**Cédula identidad 1 0594 0178**  
**Carné Colegio Profesional 2156**

# CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL LECTOR

## CARTA DE LECTOR

San José, 31 de enero de 2020

Señor  
Lic. Luis Vargas Zúñiga.  
Director Administración de Negocios  
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

La estudiante **JONATHAN ESPINOZA OBANDO**, cédula de identidad **1-1425-0909**, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBAS, SAN JOSE, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN BANCA Y FINANZAS.**

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

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

Atentamente,

  
Lic. Oscar Leiton Muñoz  
Cédula 0106450926  
Numero de Carné Colegio de Profesionales, CPCECR # 036698.

# CARTA DE REVISIÓN FILOLÓGICA

## CARTA DE REVISIÓN FILOLÓGICA

San José, 17 de febrero de 2020

Señores(as)  
Universidad Hispanoamericana  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela Administración de Negocios

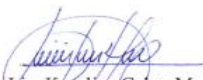
Estimados(as) señores(as):

Sirva la presente para saludarles y expresar que Jonathan Espinoza Obando me entregó para efectos de la revisión filológica el trabajo final de graduación denominado ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020, el cual ha elaborado para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas.

He revisado los aspectos de estructura gramatical, acentuación, ortografía, puntuación y los vicios de dicción que se trasladan al escrito, además del ordenamiento correcto de ideas para una óptima coherencia y cohesión, por consiguiente, doy fe de que se han realizado todas las correcciones pertinentes.

Así, este trabajo se encuentra listo para ser presentado oficialmente a la Universidad Hispanoamericana para los fines que Jonathan Espinoza Obando considere necesarios.

Atentamente,



Lic. Karolina Calvo Morales  
Filóloga Española  
Colegiada # 56247, Colypro  
Carné #125, Asociación Costarricense de Filólogos

C.c.: Archivo

# DECLARACIÓN JURADA

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Jonathan Espinoza Obando mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 114250909 egresado de la carrera de Administración de empresas, con énfasis en Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciado en Administración, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020 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 15 días del mes de Enero del año dos mil veinte.

Jonathan Espinoza O

Firma del estudiante

Cédula 114250909

# AUTORIZACIÓN

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, 12 de Mayo 2020

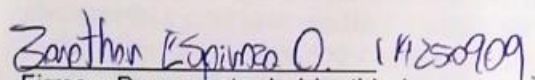
Señores:  
Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Jonathan Espinoza Obando con número de identificación 114250909 autor (a) del trabajo de graduación titulado ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020, presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar por el título de Licenciado en Administración de Negocios con énfasis en 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,

  
Firma y Documento de Identidad

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
APROBACION TUTOR .....	v
CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL LECTOR.....	vi
CARTA DE REVISIÓN FILOLÓGICA.....	vii
DECLARACIÓN JURADA .....	viii
AUTORIZACIÓN .....	ix
TABLA DE CONTENIDO .....	x
INDICE DE TABLAS.....	xiv
INDICE DE GRAFICOS.....	xvi
INDICE DE IMÁGENES.....	xvii
<b>1. CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>2</b>
<b>2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. Contexto Histórico .....	8
2.1.1. Historia de los FoodTrucks .....	8
2.1.2. Cantón de Tibás.....	10
2.1.3. Emprendimiento en Costa Rica.....	12
2.2. Contexto Teórico-Conceptual. ....	13
2.2.1. Emprendimiento .....	13
2.2.2. Estudio de Factibilidad Financiera .....	13
2.2.3. Estudio de mercado .....	14
2.2.4. FoodTruck .....	14
2.2.5. Oferta y demanda .....	14
2.2.6. Permisos – Fitosanitarios, patentes, alquileres .....	14
2.2.7. Estudio de suelos .....	15
2.2.8. Inversión inicial .....	15
2.2.9. Capital de trabajo.....	16
2.2.10. Punto de equilibrio .....	16
2.2.11. Evaluación de proyectos .....	16
2.2.14. Estudio Económico .....	17

2.2.15. Estudio legal.....	18
<b>3. CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>19</b>
3.1. Tipo de investigación. ....	19
3.1.1. Finalidad (Teórica y / o aplicada). ....	19
3.1.2. Dimensión temporal (Transversal / longitudinal). ....	19
3.1.3. Marco (Mega-macro-micro). ....	20
3.1.4. Naturaleza (Cuantitativa y / o cualitativa). ....	20
3.1.5. Carácter (ya sea Exploratoria, Descriptiva, Correlacional o Explicativa. ....	22
3.2. Sujetos y fuentes de información. ....	23
3.2.1. Primera mano. ....	24
3.2.2. Segunda mano. ....	25
3.2.3. Selección del muestreo (probabilístico / No probabilístico).....	25
3.3. Técnicas e instrumentos para recolectar información .....	27
<b>4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS .....</b>	<b>29</b>
4.1. Estudio de Mercado: .....	29
4.1.1. Resultados encuestas.....	29
4.1.2. Resultado encuestas a dueños de FoodTruck.....	50
4.1.3. Entrevista a empresaria .....	55
4.1.4. Análisis de Proveedores .....	56
4.2. Análisis de la Demanda .....	57
4.3. Análisis de la Oferta .....	60
4.4. Análisis de Precios.....	61
4.5. Estudio Técnico .....	61
4.5.1. Localización .....	62
4.5.3. Aspectos Físicos del Local .....	64
4.5.4. Distribución del Local.....	64
4.5.6. Servicios Públicos .....	69
4.5.7. Seguridad .....	70
4.5.8. Venta y Servicio al cliente .....	70
4.5.9. Gastos mensuales .....	71
4.5.10. Diseño y Publicidad.....	72
4.6. Estudio Administrativo.....	72
4.6.1. Nombre de la empresa .....	72

4.6.2.	Estructura Organizativa.....	74
4.6.3.	Recurso Humano.....	75
4.6.4.	Perfil del Puesto .....	75
4.6.5.	Costo del recurso humano.....	76
4.7.	Estudio Legal, normativo o regulatorio.....	76
4.7.1.	Conformación de una Sociedad Anónima.....	77
4.7.2.	Registro Nacional .....	77
4.7.3.	Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) .....	78
4.7.4.	Tributación .....	78
4.7.5.	Ministerio de Salud .....	79
4.7.6.	Patente comercial .....	80
4.7.7.	Estimación de los costos asociados .....	80
4.8.	Estudio Ambiental.....	81
4.8.1.	Determinación de los elementos del proyecto que impactan el ambiente .....	81
4.8.2.	Mitigación de posibles impactos ambientales.....	81
4.8.3.	Estimación de los costos asociados a la gestión de impacto ambiental del proyecto	83
4.9.	Estudio Económico.....	83
4.9.1.	Identificación y análisis de las variables macroeconómicas que afectan el proyecto	83
4.10.	Estudio Financiero.....	86
4.10.1.	Determinación de la inversión inicial.....	87
4.10.2.	Determinación de los ingresos .....	88
4.10.3.	Determinación de los egresos .....	90
4.10.4.	Determinación del Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) .....	109
4.10.5.	Elaboración del Flujo de Caja (recomendado 5 años) .....	111
4.11.	Análisis de datos.....	114
4.11.1.	Análisis de indicadores de factibilidad financiera.....	114
4.11.2.	Análisis de riesgo .....	119
5.	CAPITULO V: CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES .....	132
5.1.	Conclusiones y recomendaciones del objetivo general.....	132
5.1.1.	Conclusión del objetivo general.....	132
5.1.2.	Recomendación del objetivo general .....	132
5.2.	Conclusión objetivo específico número 1.....	132

5.2.1. Conclusión del objetivo específico número 1 .....	132
5.3. Conclusión objetivo específico numero 2 .....	134
5.3.1. Conclusión del objetivo específico número 2 .....	134
5.4. Conclusión objetivo específico numero 3 .....	137
5.4.1. Conclusión del objetivo específico número 3 .....	137
<b>6. Capítulo VI, Propuesta</b> .....	<b>140</b>
6.1. Descripción de la propuesta .....	140
6.1.1. Etapa 1. ....	140
6.1.2. Etapa 2 .....	140
6.1.3. Etapa 3 .....	141
6.1.4. Etapa 4 .....	141
6.1.5. Etapa 5 .....	141
6.1.6. Etapa 6 .....	141
6.1.7. Etapa 7 .....	142
6.1.8. Etapa 8 .....	142
6.1.9. Etapa 8 .....	142
6.2. Cronograma de implementación .....	142
Bibliografía .....	145
ANEXOS .....	148
Anexo 1: Encuesta a personas .....	149
Anexo 2: Encuesta a Dueños de FoodTrucks .....	153
Anexo 3: Entrevista a Empresaria .....	155
Anexo 4: Formulario de Inscripción Patronal .....	156
Anexo 5: Solicitud de Patente .....	158
Anexo 6: Solicitud Permiso Sanitario .....	163

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Muestra Probabilística</i> .....	26
Tabla 2 <i>Género</i> .....	29
Tabla 3 <i>Rango de Edades</i> .....	31
Tabla 4 <i>Frecuencia para salir a comer afuera</i> .....	32
Tabla 5 <i>Cuántas veces a la semana come fuera</i> .....	33
Tabla 6 <i>Presupuesto a gastar para comer afuera</i> .....	34
Tabla 7 <i>Presupuesto a gastar para comer afuera</i> .....	35
Tabla 8 <i>Horarios de Preferencia para comer afuera</i> .....	36
Tabla 9 <i>Tipo de local que visita</i> .....	37
Tabla 10 <i>Preferencia de día para salir a comer afuera</i> .....	39
Tabla 11 <i>Asistencia al Estadio</i> .....	40
Tabla 12 <i>Consumo de alimentos cuando asiste al Estadio</i> .....	42
Tabla 13 <i>¿Conoce que es un FoodTruck?</i> .....	44
Tabla 14 <i>Nombre de los FoodTruck que conoce</i> .....	45
Tabla 15 <i>¿Asistiría a una plaza sólo de FoodTruck?</i> .....	47
Tabla 16 <i>Cuánto estaría dispuesto a pagar en un FoodTruck</i> .....	48
Tabla 17 <i>Costo por evento privado</i> .....	50
Tabla 18 <i>¿Tienen un espacio fijo?</i> .....	51
Tabla 19 <i>¿Les interesaría un espacio fijo?</i> .....	52
Tabla 20 <i>¿Le interesaría conocer la opción frente al Estadio Ricardo Sapriisa?</i> .....	53
Tabla 21 <i>¿Cuánto estarían dispuestos a pagar?</i> .....	54
Tabla 22 <i>Entrevista Pamela Rodriguez</i> .....	56
Tabla 23 <i>Proveedores Potenciales</i> .....	57
Tabla 24 <i>Servicios Públicos</i> .....	70
Tabla 25 <i>Horario</i> .....	71
Tabla 26 <i>Perfil de puestos</i> .....	75
Tabla 27 <i>Salarios por puestos</i> .....	76
Tabla 28 <i>Tarifas Impuesto de Renta 2019</i> .....	79
Tabla 29 <i>Costos asociados a la inscripción de la empresa</i> .....	81
Tabla 30 <i>Inversión Inicial</i> .....	87
Tabla 31 <i>Precios</i> .....	88
Tabla 32 <i>Estimación de Alquileres</i> .....	89
Tabla 33 <i>Estimación de Alquileres</i> .....	90
Tabla 34 <i>Mobiliario para el área de comida</i> .....	91
Tabla 35 <i>Mobiliario y artículos de mantenimiento</i> .....	92
Tabla 36 <i>Incremento Inflación</i> .....	93
Tabla 37 <i>Costo artículos servicios sanitarios</i> .....	94
Tabla 38 <i>Costo artículos servicios sanitarios - Anuales</i> .....	94
Tabla 39 <i>Incremento Inflación Productos anuales</i> .....	95
Tabla 40 <i>Proveedores de Servicios Mensuales</i> .....	95
Tabla 41 <i>Proveedores de Servicios - Pago Único</i> .....	96
Tabla 42 <i>Incremento Inflación</i> .....	97
Tabla 43 <i>Salarios por puestos</i> .....	99

Tabla 44 <i>Póliza de riesgo</i> .....	99
Tabla 45 <i>Costos por Salario</i> .....	100
Tabla 46 <i>Costo Salario</i> .....	100
Tabla 47 <i>Costos Servicios Públicos</i> .....	101
Tabla 48 <i>Costo Servicios Públicos Anualizados</i> .....	102
Tabla 49 <i>Rango Impuesto a sociedades</i> .....	102
Tabla 50 <i>Condiciones crédito</i> .....	103
Tabla 51 <i>Amortización Préstamo</i> .....	103
Tabla 52 <i>Amortización</i> .....	104
Tabla 53 <i>Depreciación Mobiliario área de comidas</i> .....	107
Tabla 54 <i>Depreciación Mobiliario área otros comercios</i> .....	108
Tabla 55 <i>Cálculo valor en libros de los activos al año 5</i> .....	109
Tabla 56 <i>Calculo CPPC Sin Financiamiento</i> .....	109
Tabla 57 <i>Calculo CPPC Con Financiamiento</i> .....	110
Tabla 58 <i>Calculo CPPC Con Financiamiento</i> .....	110
Tabla 59 <i>Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento</i> .....	112
Tabla 60 <i>Flujo de Caja del Proyecto sin Financiamiento</i> .....	113
Tabla 61 <i>Valor actual flujo de caja</i> .....	114
Tabla 62 <i>Valor actual flujo de caja - Sin Financiamiento</i> .....	115
Tabla 63 <i>Índice de deseabilidad con financiamiento</i> .....	117
Tabla 64 <i>Índice de deseabilidad sin financiamiento</i> .....	117
Tabla 65 <i>Razón Beneficio/Costo con financiamiento</i> .....	118
Tabla 66 <i>Razón Beneficio/Costo sin financiamiento</i> .....	119
Tabla 67 <i>Estimación de Alquileres - Escenario Optimista</i> .....	120
Tabla 68 <i>Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento - Escenario Optimista</i> .....	121
Tabla 69 <i>Indicadores Financieros con Financiamiento - Escenario Optimista</i> .....	122
Tabla 70 <i>Flujo de Caja del Proyecto sin Financiamiento- Escenario Optimista</i> .....	123
Tabla 71 <i>Indicadores Financieros sin Financiamiento - Escenario Optimista</i> .....	124
Tabla 72 <i>Estimación de Alquileres - En un escenario pesimista</i> .....	125
Tabla 73 <i>Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento – Escenario pesimista</i> .....	126
Tabla 74 <i>Indicadores Financieros con Financiamiento - Escenario Pesimista</i> .....	127
Tabla 75 <i>Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento - Escenario Pesimista</i> .....	128
Tabla 76 <i>Indicadores Financieros sin Financiamiento - Escenario Pesimista</i> .....	129
Tabla 77 <i>Análisis de Riesgo del Proyecto</i> .....	130
Tabla 78 <i>Comparativo de Indicadores (Escenarios Con y Sin Financiamiento)</i> .....	138

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Género Encuestados.....	30
Gráfico 2 <i>Distribución de los rangos de edades entre hombres y mujeres</i> .....	31
Gráfico 3 Invierte dinero comiendo fuera de la casa .....	32
Gráfico 4 Cuantas veces sale a comer a la semana .....	33
Gráfico 5 Presupuesto para cada visita a un lugar de comida.....	34
Gráfico 6 Presupuesto para gastar por rango de edades.....	35
Gráfico 7 Horario de Preferencia para comer afuera .....	36
Gráfico 8 Tipo de local que visita.....	38
Gráfico 9 Preferencia de día para salir a comer afuera .....	39
Gráfico 10 Asistencia al Estadio.....	41
Gráfico 11 Consume alimentos cuando asiste al estadio .....	42
Gráfico 12 Conoce que es un FoodTruck .....	44
Gráfico 13 Cantidad de Menciones por Restaurante .....	46
Gráfico 14 Asistiría a un lugar solo de FoodTrucks .....	47
Gráfico 15 Cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar por una comida .....	49
Gráfico 16 Costo por evento privado.....	51
Gráfico 17 Tienen un espacio fijo.....	52
Gráfico 18 Les interesaría un espacio fijo .....	53
Gráfico 19 Le interesaría conocer la opción frente al Estadio Ricardo Saprissa? .....	54
Gráfico 20 Cuanto estarían dispuestos a pagar? .....	55
Gráfico 21 Diagrama de Gantt (Abril – Mayo).....	143
Gráfico 22 Diagrama de Gantt (Junio - Julio).....	143

## INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Locación del proyecto.....	62
Imagen 2 Distribución de Espacios.....	65
Imagen 3 Estructura Organizacional.....	74
Imagen 4 Reciclaje.....	82
Imagen 5 Comportamiento Inflación.....	84
Imagen 6 Comportamiento Tipo d Cambio .....	85
Imagen 7 Histórico Tipo d Cambio.....	85
Imagen 8 Tasas de Interés.....	86
Imagen 9 Industria alquiler .....	89
Imagen 10 Comportamiento cotizaciones.....	90
Imagen 11 Cargas Sociales .....	98

## Resumen

El presente trabajo de investigación denominado “Análisis de viabilidad financiera para la puesta en marcha de la empresa Journey FoodTruck Garage en Tibás, San José durante el primer semestre del 2020”, consiste en una propuesta de negocio para la implementación de un parque de venta de comida rápida mediante los llamados FoodTrucks. Lo anterior se basará en la oportunidad del negocio, tendencias del mercado, así como las preferencias y el comportamiento de consumo de los clientes meta.

Además, este trabajo de investigación se encuentra dividido en 6 capítulos, en los cuales se desarrolla el problema de investigación, la formulación del problema, su justificación, así como los objetivos del mismo.

La finalidad del mismo es determinar la viabilidad financiera del proyecto expuesto, estudiándose en el capítulo cuatro, las variables financieras, diferentes escenarios y comportamiento esperado del local comercial.

Por último, se realizan las conclusiones de los objetivos expuestos, las respectivas recomendaciones y una propuesta de actividades, con la salvedad de apegarse al mismo, para completar el proyecto de forma exitosa.

## LISTA DE PALABRAS CLAVE

- Capital de Trabajo
- Competencia
- Egresos
- Emprendimiento
- Estudio ambiental
- Estudio de mercado
- Estudio de Suelos
- Estudio económico
- Estudio financiero
- Estudio legal
- Estudio organizacional
- Estudio técnico
- Evaluación de proyectos
- Flujo de efectivo
- Ingresos
- Inversión inicial
- Oferta y demanda
- Punto de equilibrio

## CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## **1. CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

En el primer capítulo se analiza el problema de investigación sobre el cual se parte para el desarrollo de ésta. Se inicia desde la creación y puesta en marcha de una propuesta de negocio para implementar un parque de venta de comida rápida mediante los llamados FoodTrucks. Para ello se realiza un estudio financiero que demuestre el presupuesto de inversión y la estructura del financiamiento, esto con el fin de contabilizar los costos en que se incurre, así como los ingresos de este, lo cual tiene como objetivo medir la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Además, se señala el problema de la investigación, lo cual motiva a la realización de dicho estudio, la interrogante, los objetivos generales y específicos, a la vez se describe el tipo de investigación utilizada.

### **1.1.Planteamiento del problema.**

Costa Rica ha atravesado por una serie de cambios significativos durante los últimos años, los cuales han afectado al comercio, las exportaciones e importaciones, la forma de realizar negocios, la infraestructura, la educación y demás áreas en general. La apertura de PyMEs y emprendimientos ha generado, de igual manera, un cambio de forma positiva en la estructura económica, así como también un valor agregado a la oferta de las empresas privadas.

Los constantes cambios de apertura mundial, la globalización, entre otros más, han acelerado los procesos de diversificación de servicios, y entre estos, la venta de comida y la forma en que ésta llega a sus clientes.

#### **1.1.1. Antecedentes del problema.**

En nuestro país el mercado de venta de comida ha experimentado cambios importantes, incluso ha propiciado que la gama de negocios de esta índole experimente un crecimiento y diversificación.

Es así como un nuevo modelo de camiones de comida que ha propuesto preparaciones rápidas de platos en espacios abiertos y accesibles para los clientes, quienes buscan opciones atractivas y prácticas, se ha dado a conocer en el país. Los llamados FoodTrucks forman parte de dichas propuestas, como parte de este concepto globalizado en la investigación que aquí se desarrolla.

Por esta razón, principalmente, y además como parte de los ejes de investigación, en este trabajo se pretende indagar los requerimientos técnicos y financieros que permitan la apertura de un FoodTruck, se realiza, a su vez, el estudio financiero para analizar su viabilidad y puesta en marcha.

El emprendimiento genera un nivel de satisfacción que los puestos regulares no brindan a sus colaboradores, debido a que les permite trabajar en sus metas, su crecimiento personal y profesional, lo que fortalece un negocio que perdura en el tiempo.

La investigación se lleva a cabo en el cantón de Tibás de la provincia de San José, con el fin de determinar la viabilidad financiera de la apertura de un FoodTruck Garage en el segundo semestre del 2019

### **1.1.2. Problematización del problema.**

La investigación propuesta, tiene como fin determinar si el negocio Journey FoodTruck Garage es viable financieramente y lo suficientemente sólido para que sus dueños puedan

desarrollarlo con las herramientas necesarias, tanto para el arranque oficial, como para la búsqueda de financiamiento e inversión, con un plan de negocio ya establecido.

A través del estudio de viabilidad financiera se puede entregar una base sólida que respalda la iniciativa para la apertura del negocio, donde se toman en cuenta diferentes factores para su éxito que a su vez evitará pérdidas de la inversión inicial.

Dicha investigación aportará un análisis donde se tomen en cuenta escenarios críticos para la apertura de un negocio, la gran mayoría de PyMEs fallan en sus primeros meses de operación porque no se realiza un estudio de viabilidad.

### **1.1.3. Justificación del problema.**

El emprendimiento genera un nivel de satisfacción que los trabajos regulares no brindan a sus dueños, debido a que les permite trabajar en sus sueños, en su crecimiento personal y profesional, edificando un negocio que perdura en el tiempo.

La tesis propuesta, tiene como fin determinar si el negocio Journey FoodTruck Garage es viable financieramente y lo suficientemente sólido para que sus dueños puedan desarrollarlo con las herramientas necesarias, tanto para el arranque oficial, como para la búsqueda de financiamiento e inversión, con un plan de negocio ya establecido.

Tomando como base el conocimiento adquirido en los diferentes cursos en la universidad, más el conocimiento adquirido en mi experiencia laboral en el sistema financiero nacional, considero que puedo dotar de un estudio de viabilidad financiera a los dueños, para que puedan concluir con la apertura del negocio

## **1.2. Formulación del problema.**

¿Qué tan viable es la apertura de un FoodTruck garage en la zona norte de San José, Tibás durante el segundo semestre del 2019, desde su inversión inicial por medio de financiamiento del sector financiero hasta el retorno de las ganancias con la puesta en marcha del negocio?

## **1.3. Objetivos de la investigación.**

### **1.3.1. Objetivos generales.**

Definir si el negocio Journey FoodTruck Garage es viable financieramente para su implementación en el segundo semestre del 2019.

### **1.3.2. Objetivos específicos.**

- Analizar la oferta y demanda del sector para determinar si es factible la apertura del negocio en la zona de Tibás.
- Establecer los elementos organizacionales, técnicos, legales y ambientales que afectan directamente la implementación del negocio.
- Realizar un análisis económico financiero sobre la implementación del negocio.

## **1.4. Alcances y limitaciones.**

### **1.4.1. Alcances.**

La investigación comprende los habitantes del cantón central de Tibás; ya que se utilizará información de los asistentes al estadio Ricardo Saprissa, el mismo alberga a 21,000.00 según los datos disponibles en la página web del mismo, adicional, en la página web del Instituto Nacional de Estadísticas, los habitantes del cantón de Tibás ascendían a 78,506. Dentro del rango de la muestra de la población meta, 35,446 personas se encuentran dentro del corte de edad establecido en esta investigación, sin embargo, la implementación exitosa de este emprendimiento puede

beneficiar no solo al reto de habitantes del cantón, si no, a los habitantes de cantones cercanos y promover más visitas al cantón de Tibás.

#### **1.4.2. Limitaciones.**

El FoodTruck Garage se pretende abrir frente al Estadio Ricardo Saprissa, siendo este su mayor generador de tráfico es también su posible competidor, ya que la administración no compartió datos sobre si tienen algún proyecto gastronómico dentro del mismo.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## **2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Contexto Histórico**

#### **2.1.1. Historia de los FoodTrucks**

Los camiones de comida rápida (FoodTrucks) no son un invento del siglo XI, si no, se remontan al siglo XVII como parte de la cultura estadounidense (Myrick, Richard, 2014, p.25) situados en su mayoría, en la costa este del país, donde los empleados del campo tenían una necesidad de alimentación ya que sus jornadas eran bastante extensas, la inexistencia de la tecnología que tenemos ahora de transporte, la posibilidad de alimentarse en la carretera fue una ventaja bastante aprovechada.

Esta práctica dio pie a lo que conocemos hoy como “street food”

La necesidad de tener acceso a comidas rápidas creció conforme se desarrollaron ciudades grandes, como por ejemplo en New York, donde desde el año 1691 habían carros empujados a mano que vendían comida a los transeúntes (Aythami Perez, 2015).

Uno de los pioneros en el ámbito, dentro de la era moderna, fue la cadena de restaurantes Oscar Mayer, especializados en la venta de salchichas (Hot Dogs), quienes en 1936 implementaron el primer “WienerMobile” (Móvil de Salchichas), llegando así al público de forma más directa, teniendo apariciones en festivales y visitando ciudades emblemáticas (Historia Oscar Mayer, s.f.). Estos camiones se instalaron en puntos estratégicos, como frente a las universidades y estadios de fútbol americano, sacando provecho de la ya afluencia de posibles clientes; esto marcó una pauta de cómo hacer negocios.

Es en el 2004 nacen los Vendy Awards (Premios Vendy) que se especializan en premiar los mejores camiones de comida mediante una competencia que se ha vuelto parte de la cultura

neoyorquina, para el año 2018 más de 200 camiones entraron a competir en las diferentes categorías que tienen estos premios, aprovechando el auge que tiene el evento para darse a conocer (The vendys and FQAS, s.f.), con la implementación de estos premios, el negocios de los camiones de comida tuvo mayor crecimiento en el país, especialmente en ciudades como Portland, Denver y Orlando.

Según opinión de Jordi Luque en su artículo “Contra la moda de los FoodTrucks” el hito que marcó la popularidad de estos camiones fue el empresario Mark Manguera y el Chef Roy Choi fundaron el camión llamaron “The Kogi Truck”, siendo tendencia en redes sociales con sus tacos especiales, este fenómeno según el articulista marcó la pauta de lo que conocemos hoy como FoodTrucks.

Para el 2018, en Estados Unidos, la Fundación de la Cámara de Comercio, publicó un índice de camiones de comida, donde exploran las ciudades donde la legislación es más amigable en el otorgamiento de permisos, así como los requisitos para tener una unidad de esta. En este país existen Aproximadamente 3700 unidades, en una industria que emplea a más de 13,000 personas, generando ingresos para el 2017 de 2,700 millones de dólares estadounidenses. (Florida, Richard. 2018.).

Esta tendencia de FoodTrucks, llega al país en el 2015 con la apertura de varios de estos camiones, como parte de una expansión de restaurantes ya existentes como lo es Garibaldis, que mantiene su operación regular, pero ofrece también un servicio bajo esta modalidad.

Es desde entonces, cuando en los festivales, conciertos y eventos privados, cuentan ahora dentro de sus opciones de alimentación, FoodTrucks y no los sistemas de alimentación convencionales en ese tipo de espacio.

Es en el 2016 cuando se funda la Asociación de FoodTrucks de Costa Rica como iniciativa de los dueños de este tipo de negocio, como herramienta para buscar una regulación inexistente hasta ese momento en dicha modalidad, como se indica en la nota publicada en el periódico la nación “el Ministerio de Salud ha sido más flexible, pero todavía no pueden lograr una patente municipal para operar en la esquina del parque o en las afueras de su oficina, tal como lo dicta la naturaleza del negocio: comida que se mueve” (Madrigal, Rebeca. 2016.) es así como los empresarios de este tipo de comida se alejan un poco de la naturaleza del negocio (venta en la calle) para aparecer solo en zonas específicas para esto, como lo son ferias o parques para este fin.

En el 2017, el primer parque de FoodTrucks abrió en el país, en el cantón de Curridabat bajo el nombre de FoodTruck Park, cuenta en su establecimiento con siete camiones de venta de comida, un minibar y un camión de helados; cuenta con espacio para 30 vehículos. (Cubero. Alexandra. 2017)

En el país, para el último cuatrimestre del 2018, se contabilizaban 36 unidades en el país, de las cuales 23 pertenecen a la asociación de FoodTrucks del país, (Fallas, Cristina. 2018) Durante una entrevista realizada a Adrián Araya, vicepresidente de la Asociación de Foodtrucks, para invertir en un proyecto de estos se ocupa de \$15 000 a \$60 000, este equipo puede variar según el menú y el tipo de carrocería.

### 2.1.2. Cantón de Tibás

Tibás fue decretado como el cantón No. 13 de la provincia de San José un 27 de julio de 1914, en ese mismo año se conformó la primera administración municipal (), se ubica en área oeste de la ciudad capital de San José, perteneciendo al Gran Área Metropolitana (zona con mayor aglomeración urbana de Costa Rica), limita con los cantones de Santo Domingo al norte, con el

cantón de San José al oeste y suroeste, con el cantón de Goicoechea sureste y con el cantón de Moravia por el este.

Su nombre proviene de la lengua aborígen del valle central, que significa “Río de Aguas Claras”, fue habitada por los aborígenes del Reino Huetar de Occidente, dominado por el cacique garabito antes de la conquista, que, según el portal de la Municipalidad de Tibás, Don Cristóbal de Chaves fue el propietario de lo que hoy es el territorio del cantón. (Historia Cantón de Tibás, 2013)

Por su extensión territorial, de apenas 8.15 kilómetros cuadrados, Tibás es uno de los cantones más pequeños de Costa Rica, sin embargo, toda su superficie es considerada como población urbana. (Historia Cantón de Tibás, 2013)

Según datos de estudio del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Costa Rica, la proyección de población en el cantón de Tibás para el año 2020 es de 84 873, de aproximadamente 5 millones de habitantes que se proyectan habiten el país en el 2020.

El cantón está constituido por los distritos de San Juan con 25.974 habitantes, Cinco Esquinas con 8.097, Llorente con 12.521, León XIII con 18.976 y Colima con 17.321, segunda datos del Censo Nacional del 2011 (Historia Cantón de Tibás, 2013)

Según datos de la municipalidad, existen registrados aproximadamente 1780 comercios debidamente registrados con patente operando en el cantón, cuenta con 4 centros de atención médica y 27 centros educativos, tanto públicos como privados (Historia Cantón de Tibás, 2013)

Es en el distrito de San Juan, donde se encuentra el Estadio Ricardo Saprissa Aymá, inaugurado el 27 de agosto de 1972 un homenaje al fundador del equipo (Historia de El Saprissa, s.f.).

Es esta estructura, una de las más emblemáticas del país, con una capacidad de aproximadamente 21,000.00 asistentes (Historia de El Saprissa, s.f.), es uno de los principales escenarios para espectáculos tanto deportivos como de espectáculos, siendo cuna de diversos conciertos masivos que se presentan ahí, es este uno de los principales atractivos del cantón, con respecto a la afluencia de personas de otras localidades del país.

### 2.1.3. Emprendimiento en Costa Rica

Según El Estado de la Nación (2015), uno de los principales factores que no favorecen las iniciativas emprendedoras es el sistema financiero del país, donde no existen programas de apoyo a emprendedores que tengan la idea de desarrollar un proyecto nuevo, los programas existentes como BN Mujer, PyMEs y Banca para Mujer están enfocados en asistir proyectos ya existentes en los que se realiza una colaboración económica, por ejemplo a tasas de interés más bajas y prestamos más accesibles a aquellos proyectos que demuestren que sean factibles y que estén en operación.

La República (2018), indica que en Costa Rica se presentan dos tipos de desarrollos de emprendimiento, relacionados a la idiosincrasia de los costarricense, uno se basado en las necesidades actuales de la persona, (satisfacer necesidades monetarias) y el segundo, cuando se está frente al emprendimiento tradicional que corresponde a empresas que fueron creadas para generar ingresos y utilizan algún tipo de tecnología para el logro de dichos objetivos.

El perfil del emprendedor (Landaeta María. 2013) en Costa Rica es de una persona de aproximadamente 34 años, con educación superior que decide iniciar un negocio sin tener experiencia como empresario y sin socios.

Según Fontaine (2015), los proyectos de inversión buscan una solución confiable a diferentes problemas, pueden estar relacionados con el cambio de un proceso, creación de un producto o el otorgamiento de un nuevo servicio que ayude a los clientes. La importancia de los proyectos de inversión, es el impacto directo en las diferentes áreas en las que se enfoquen, por ejemplo: salud, educación, social, natural, etc. La evaluación de un proyecto de inversión pasó de ser un proceso de solicitar un préstamo bancario, a convertirse en un proceso logístico de asignación de recursos para incrementar nuevas ideas de inversión

## 2.2. Contexto Teórico-Conceptual.

### 2.2.1. Emprendimiento

Emprendimiento significa partir desde cero con un proyecto, iniciativa o negocio, aunque existen muchas ramas de lo que significa emprender; la base es la misma: empezar desde cero. Según el manual del emprendedor del Ministerio de Industria Economía y comercio de Costa Rica, el emprendimiento es: “Es una manera de pensar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y la sociedad” [Manual Personas Emprendedoras] (2019).

### 2.2.2. Estudio de Factibilidad Financiera

La factibilidad financiera es el estudio que proyecta cuánto se necesita de capital inicial, el rendimiento de la inversión, las fuentes de ese capital y otros miramientos financieros. Es decir, el estudio considera cuánto dinero se necesita, cómo se gastará y de dónde provendrá. (Corvo, Helmust. s.f).

### **2.2.3. Estudio de mercado**

Se entiende como estudio de mercado al conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. (Perez, Luis 2019)

### **2.2.4. FoodTruck**

Los FoodTrucks, o camiones de comida, son vehículos que venden alimentos, generalmente camiones donde el espacio interno es adaptado para instalar los equipos que ayudan a la preparación de los platos y que constituyen algo parecido al sistema operativo de un restaurante a pequeña escala. (Aythami Perez, (2015)

### **2.2.5. Oferta y demanda**

La ley de la oferta y la demanda es el principio básico sobre el que se basa una economía de mercado. Este principio refleja la relación que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto teniendo en cuenta el precio al que se vende el producto. (Sapag, 2013, p.31)

### **2.2.6. Permisos – Fitosanitarios, patentes, alquileres**

#### **2.2.6.1. Permiso Fitosanitario:**

Toda persona que planea formalizar una empresa en Costa Rica debe contar con el permiso sanitario de funcionamiento de acuerdo con su actividad. Dependiendo del tipo de actividad este permiso debe ser emitido por el Ministerio de Salud o el Servicio Nacional de Salud Animal. De esta manera se puede regular y clasificar, con criterios sanitarios y ambientales, la actividad y su incidencia, ya sea directa o indirecta en la salud de las personas y el contexto inmediato. En algunos

casos se requiere de un regente que es un profesional en el área que da seguimiento continuo al funcionamiento de la empresa o emprendimiento [Manual Personas Emprendedoras] (2019) p. 19.

#### **2.2.6.2. Patente**

Cualquier actividad lucrativa requiere una patente (o licencia) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. El trámite y requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otra municipalidad, conforme a su legislación y disposiciones administrativas. [Manual Personas Emprendedoras] (2019) p. 19.

#### **2.2.6.3. Alquiler**

Se conoce como alquiler al proceso mediante el cual dos partes efectúan la cesión temporal de un bien o servicio a cambio de una contraprestación que generalmente es de tipo económico. (Sanchez, Javier. (s.f.)

#### **2.2.7. Estudio de suelos**

El estudio geotécnico se realiza previamente al proyecto de un edificio y tiene por objeto determinar la naturaleza y propiedades del terreno, necesarios para definir el tipo y condiciones de cimentación” (Rodríguez Ortiz y otros, 1984).

#### **2.2.8. Inversión inicial**

La inversión inicial en una empresa o capital inicial es el dinero que necesita el propietario de esa empresa para iniciar el negocio. Este dinero se utiliza para cubrir los costos iniciales, (Corvo, Helmust. s.f).

### **2.2.9. Capital de trabajo**

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar (Saucedo Venegas, Humberto (2019, pág. 25).

### **2.2.10. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un término utilizado en economía para definir el nivel de ventas en donde los costos fijos y los costos variables se cubren es decir que, la empresa al utilizar este punto de equilibrio obtiene un beneficio, aunque la remuneración monetaria se determina como 0. (<https://enciclopediaeconomica.com/punto-de-equilibrio/>)

### **2.2.11. Evaluación de proyectos**

La Evaluación de Proyectos es "un instrumento o herramienta que genera información, permitiendo emitir un juicio sobre la conveniencia y confiabilidad de la estimación preliminar del beneficio que genera el Proyecto en estudio". (Thompson, Jeanneth 2006)

#### **2.2.11.1. Tasa promedio de rendimiento**

La capacidad de una empresa para obtener utilidades o rentabilidad es la efectividad real de la misma, la cual depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones, así como de los medios o recursos que dispone. (CF, Marcela. 2016)

#### **2.2.11.2. Periodo de recuperación**

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. (El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas 2017).

### **2.2.11.3. Tasa interna de retorno**

Este indicador es la “tasa de rendimiento que ganara la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. Es la rentabilidad real de un proyecto” (Gitman., Principios de Administración Financiera, 2012, pág. 372).

### **2.2.12. Análisis financiero**

El análisis financiero consiste en una serie de técnicas y procedimientos (como estudios de ratios financieros, indicadores y otras técnicas) que permiten analizar la información contable de la empresa de modo de obtener una visión objetiva acerca de su situación actual y cómo se espera que esta evolucione en el futuro. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008)

### **2.2.13. Estructura administrativa**

La estructura administrativa es el sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que este alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos.

Esta estructura le permite a la empresa lograr una determinada disposición de sus recursos, facilitando la realización de las actividades y la coordinación de su funcionamiento. Y es así como puede realizar el esfuerzo coordinado que la lleve a la realización de sus objetivos, definiendo relaciones y aspectos estables. (<http://mdc.org.co/como-definir-una-estructura-administrativa/>)

### **2.2.14. Estudio Económico**

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa

anterior; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto. (Aranda Usón, Alfonso 2009)

#### **2.2.15. Estudio legal**

Se basa en el ordenamiento natural de una sociedad, el jurídico, por lo que toda actividad empresarial y proyectos que se originen en una sociedad deben estar alineados a las determinaciones jurídicas pertinentes a la nación en que se desarrolle la empresa o proyecto, ya que cada nación tiene su propio ordenamiento legal. Por lo tanto, es necesario el conocimiento de la legislación y las normas que se aplican al proyecto a evaluar, marco legal. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 244)

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3. CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Tipo de investigación.**

##### **3.1.1. Finalidad (Teórica y / o aplicada).**

La finalidad de una investigación puede ser teórica, aplicada o un conjunto de ambas. En el caso de la investigación teórica, se le conoce también como pura o dogmática, la finalidad de esta es partir de la teoría sobre un tema en específico, y buscar nuevas teorías y/o modificar las existentes, se trata de potenciar nuevos conocimientos científicos y potenciar los conocimientos actuales en la materia, esto sin que exista de por medio algún medio práctico.

Por otro lado, la investigación aplicada, que también puede ser llamada práctica o empírica, tiene como base la aplicación de los conocimientos adquiridos; se relaciona con la investigación teórica o básica, ya que requiere un marco teórico que brinde contexto lo que se trata de demostrar. Tiene como finalidad demostrar un punto en específico conforme a lo estudiado y/o demostrado.

##### **3.1.2. Dimensión temporal (Transversal / longitudinal).**

La clasificación temporal de una investigación puede ser transversal o longitudinal, en este caso, la investigación es transversal ya que esto significa que esta investigación tomara lugar en un tiempo en específico; siendo esta la base para las conclusiones permitentes al finalizar el proceso.

Por otro la investigación longitudinal, indica Jordi Cais, Laia Folguera y Climent Formoso (2014) “la característica principal de la investigación cualitativa longitudinal es que busca descubrir y entender procesos de cambio a lo largo del tiempo”, esto significa que la investigación busca entender un proceso en un periodo de

### **3.1.3. Marco (Mega-macro-micro).**

El marco de una investigación se refiere al tamaño o amplitud de lo que se pretende investigar, por ejemplo, el tamaño de una organización, los habitantes de un país, las instalaciones de una empresa. Este marco tiene tres dimensiones, mega, macro y micro.

Mega se refiere a un gran espacio, por ejemplo, investigaciones a nivel nacional; por macro se entiende una investigación de una fracción de lo mega, por ejemplo, un estado de la nación, y, por último, lo micro, que significa un espacio dentro de lo macro, por ejemplo, el desempeño de un cantón dentro de un estado.

### **3.1.4. Naturaleza (Cuantitativa y / o cualitativa).**

Una investigación puede ser cuantitativa, cuando se habla de características numéricas, cualitativo, cuando se refiere a opiniones y conductas y/o mixta, cuando se hablan de ambos enfoques en el proceso.

#### **3.1.4.1. Cuantitativa:**

Una investigación de naturaleza cuantitativa es aquella que recoge información correspondiente a cifras, cantidades, valores numéricos que pueden respaldar una hipótesis, tal cual lo indica Hernandez Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, Maria.2014, (p4+). “es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos.3 El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica”, significa que es de carácter más estricto y objetivo, enfocándose en los resultados obtenidos con datos numéricos.

### **3.1.4.2. Cualitativa**

Es de naturaleza cualitativa cuando se recaban opiniones, conductas y puntos de vista de una muestra en específico, como lo indica Hernandez Sampieri, et al .2014, (p4+). el investigador “se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” donde los sujetos investigados se utilizan para indagar patrones de conducta o comportamiento y encontrar una conclusión alineada a las similitudes encontradas en todos los individuos.

Es en este tipo de investigación, donde el investigador no tiene de antemano una hipótesis definida, si no más bien, la va construyendo conforme se va desarrollando la investigación, (Hernandez Sampieri, et al .2014, (p4+).

### **3.1.4.3. Mixta**

Es cuando la investigación tiene matices cualitativos y cuantitativos para sustentar las hipótesis o resultados buscados por el investigador; para efectos de esta investigación, su naturaleza es mixta, puesto que se quiere encontrar y sustentar la viabilidad financiera de este proyecto mientras se quiere encontrar que las personas puedan asistir al lugar conforme a sus gustos y preferencias.

#### **Para este trabajo:**

La naturaleza de este trabajo es tanto de carácter cualitativo como cuantitativo; cualitativo porque abarca aspectos administrativos del negocio, los cuales pretenden conocer, describir y analizar procesos y técnicas internas aplicadas hoy en día, que requieran mejoras, modificaciones o ser reemplazadas para alcanzar la administración correcta, acorde al giro del negocio, así como aquellas variables externas que pueden afectar o beneficiar directa o indirectamente en la toma de la decisión de abrir o no un nuevo negocio.

Y su enfoque principal, el cuantitativo, debido a que según los resultados que arrojen los distintos estudios financieros y sobre todo el flujo de caja acerca de la viabilidad, es que se tomará la decisión final sobre la apertura de un nuevo negocio. La investigación cuantitativa se define de la siguiente manera: “Se fundamenta en los aspectos observables y susceptibles de cuantificar, utiliza la metodología empírico-analítica y se sirve de la estadística para el análisis de los datos” (Echavarría, 2013, pág. 65)

### **3.1.5. Carácter (ya sea Exploratoria, Descriptiva, Correlacional o Explicativa.**

Por su carácter, las investigaciones se clasifican en Exploratoria, Descriptiva, Correlacional, Explicativa, analíticas interpretativas., causales, retrospectivas, prospectivas, entre otras.

Exploratoria: Tal cual indica su nombre, este tipo de investigación es de naturaleza investigativa, para dar a conocer un tema que no ha sido abordado antes. Busca brindar información que no se encuentre disponible, para que otra investigación pueda profundizarla, como lo indica Hernandez Sampieri, “Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.” (Hernandez Sampieri, et al .2014, (p4+). Es decir, el propósito de esta investigación es aportar información nueva sobre un tema en específico del cual no exista tanta información disponible aún.

Descriptiva: Este tipo de investigación busca detallar un fenómeno que ya está ocurriendo, describir el comportamiento de sujetos con el fenómeno, situación o el contexto. Los estudios

descriptivos sirven para mostrar con precisión los ángulos de un suceso o acontecimiento, sin buscar la relación entre los sujetos (Hernandez Sampieri, et al .2014, (p4+)

**Correlacional:** Este tipo de investigación, busca comprobar estadísticamente el nivel de relación que existen en las causas y efectos, con el fin de medir el nivel de intensidad de la relación. Este tipo de investigación asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población (Hernandez Sampieri, et al .2014, (p4+).

**Explicativo:** Este tipo de investigación, busca los eventos o situaciones que llevaron a un fin, explicar los motivos por los cuales sucedió un fenómeno en específico (Hernandez Sampieri, et al .2014, (p4+)) Esta investigación busca detalles más allá de la descripción de conceptos, variables y consecuencias.

**Causal:** Se enfoca en conocer y detallar las causas que provocan un fenómeno

**Retrospectiva:** Este tipo de investigación se realiza en el presente, sin embargo, la información ya existía.

Se determinó que aplica la investigación de carácter exploratorio, ya que busca por medio de la recolección y análisis de datos determinar la viabilidad de la apertura de un nuevo negocio; recopilar toda información administrativa y financiera que sustente la decisión final y conocer todas las variables que influyen en el éxito de un negocio como el FoodTruck Garage,

### **3.2. Sujetos y fuentes de información.**

Se pretende consultar una cantidad determinada de personas que podrían ser clientes del FoodTruck Garage, utilizando como base la asistencia a eventos del Estadio Ricardo Saprissa, ya que el flujo de visitantes a este recinto deportivo generaría un gran flujo de clientes.

De edad, se tomará como base, personas que se encuentren en un rango de productividad y que gusten de salir a comer afuera, por lo que el mercado meta es de personas de 20 a 45 años, que son los más habituales a consumir y generar ingresos.

Las personas deben ser de clase media alta, que se les facilite consumir productos fuera de casa y en eventos especiales, tomando en cuenta que serían también clientes del Estadio, deben tener un ingreso que les permita asistir a los eventos y también cenar o almorzar afuera.

El mercado es mixto, por lo que no se espera la asistencia de un sexo por encima de otro, si no en igual cantidad, tomando como base que existen muchas mujeres proveedoras de ingreso al hogar.

### **3.2.1. Primera mano.**

La fuente primaria de esta investigación será la afluencia generada por los distintos eventos realizados en el Estadio Ricardo Saprissa, ya que este significa no solo un escenario para eventos deportivos, si no, de conciertos, ferias y eventos privados que generan posibles clientes.

La página del estadio cuenta con un calendario de eventos, por lo que es posible conocer de antemano fechas donde es posible contar con mucha más afluencia de clientes, y esto ayudará a manejar de forma correcta la estrategia de horarios ofrecidos.

Se tomará en cuenta también información pública en la página web del Instituto Nacional de Encuestas y Censos de Costa Rica, donde se puede obtener información acerca de la cantidad total de habitantes del cantón de Tibás y específicamente del distrito donde se encuentra el local, con información de cuantas personas tienen un ingreso fijo y demás.

La información se recabará por medio de encuestas presenciales, con un contacto directo al posible cliente, especialmente los asistentes a eventos en el Estadio.

### **3.2.2. Segunda mano.**

Como fuente secundaria para esta tesis, se utilizarán textos ya publicados como lo son libros y revistas, esto con el fin de conocer el uso de diferentes técnicas de recolección de datos.

### **3.2.3. Selección del muestreo (probabilístico / No probabilístico).**

#### **3.2.3.1. No probabilístico**

La selección de la muestra es de carácter No Probabilístico, lo que significa que dicha muestra va a ser seleccionada de forma aleatoria, siguiendo como base los clientes que se encuentran cerca del mismo posterior a un evento, y directamente aplicándoles la entrevista del local.

Esto significa que no hay una probabilidad certera asociada a la escogencia, si no, por conveniencia al tamaño de la posible población es que se selecciona la muestra.

La capacidad total del Estadio es de 21,000 personas, según información publicada por CRHoy (s.f.), tomando como base el tamaño de esta posible población.

Se utilizará este número ya que la información de partidos y eventos especiales, se publica en línea para el público, lo que todos los periodos, puede indicarnos la posible afluencia de personas al estadio.

#### **3.2.3.2. Probabilístico**

Como se indicó anteriormente, la muestra se realizará con forme a las personas que se encuentren cerca del estadio después de un evento, sin embargo, como se referencia, se realiza el ejercicio de la muestra probabilística, que se basa en el principio de equiprobabilidad, esto quiere decir que ofrece a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados, con el fin de tener una base aproximada de la muestra a utilizar.

Para esto, se utilizó la siguiente formula:

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

Donde:

- N: Tamaño de la muestra (21,000.00)
- Z: Nivel de confianza, se utiliza la siguiente guía, se utiliza 95% (1.96)

<b>Z</b>	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
<b>Nivel de confianza</b>	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

- P: Probabilidad a favor, se utiliza 0.50 que es la recomendada
- Q: Probabilidad en contra, 0.50 que es la recomendada
- D: error muestral, es un porcentaje que dice en qué medida puede esperarse que los resultados de la encuesta reflejen la opinión de la población general. Cuanto más pequeño sea el margen de error, más cerca se estará de tener la respuesta correcta en un determinado nivel de confianza. Para este caso se utilizará 10%.

Con esta información, se procede a realizar la formula

Detalle	Valor
N	21,000.00
Z	1.96
p	0.50
q	0.50
D	10%

Fuente: Elaboración propia

Después de aplicada la formula, el resultado s 95.6, lo que significa que probabilísticamente, se deben entrevistar a 97 personas, para efectos de este proyecto, se encuestarán a las personas que se encuentren cerca de la salida del estadio en un evento y empresarios dueños de camiones.

### **3.3. Técnicas e instrumentos para recolectar información**

Se puede definir encuesta como indica García Ferrando, como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características», las encuestas son uno de los instrumentos de medición más comunes y utilizados para este tipo de investigaciones, que busca obtener el insumo estadístico para sustentar lo planteado en la investigación, así como las conclusiones correspondientes.

Las encuestas, pueden estar compuestas por preguntas cerradas, abiertas o mixta. Las preguntas cerradas generalmente tienen ya las posibles respuestas definidas y son más sencillas de tabular, las preguntas abiertas le dan al encuestado la posibilidad de contestar según su propio criterio y generalmente son más complejas de unificar con el resto de las preguntas e identificar un patrón en las respuestas y, por último, las mixtas, que tienen ambos tipos de preguntas.

Adicional a estas, se realizarán entrevistas a grupos especializados de FoodTrucks y dueños de unidades, con el fin de poder determinar la viabilidad de que puedan formar parte del local comercial, y la estrategia a seguir, así como otros empresarios para determinar si formarían parte del negocio.

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

## 4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En este capítulo, se analizarán los resultados de los instrumentos indicados en el capítulo tres de este documento, que son las encuestas a la muestra de la población.

### 4.1. Estudio de Mercado:

El estudio de mercado se realizó con base en una encuesta aplicada a 120 personas, la misma se conformó por doce preguntas necesarias para analizar la demanda y el comportamiento de la población. Se analizarán todas las preguntas, su representación gráfica y el análisis de las respuestas obtenidas, para conocer con más detalle, la opción de las personas encuestadas.

Adicionalmente, se realizaron pequeñas entrevistas a los dueños FoodTrucks que aceptaron contestar algunas preguntas relacionadas a su negocio.

#### 4.1.1. Resultados encuestas

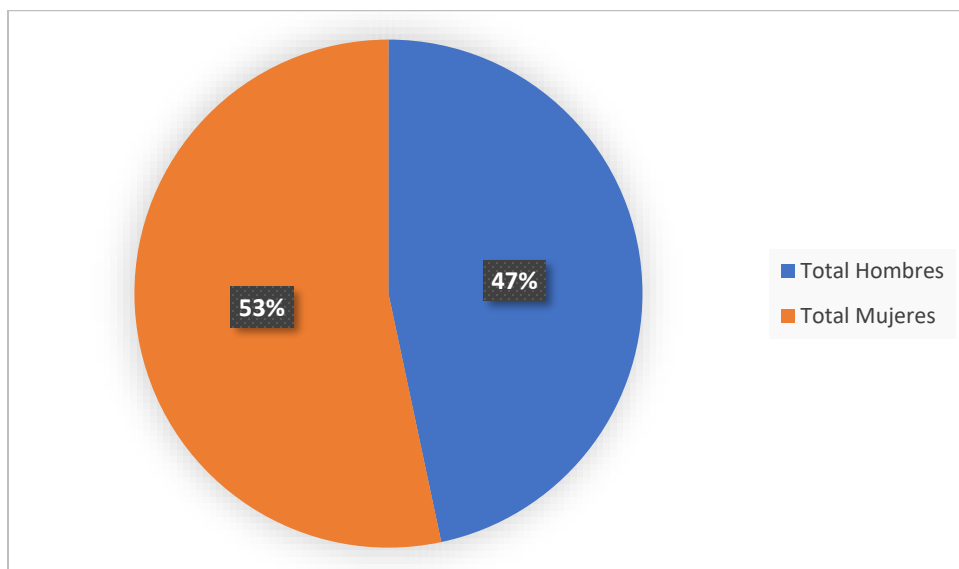
##### 4.1.1.1. Género de los encuestados

La primera pregunta que se le hizo a los encuestados fue seleccionar su género, esto para definir el porcentaje de encuestados correspondiente a cada uno, y validar el comportamiento de estos.

Tabla 2 *Género*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Total Hombres	56	47%
Total Mujeres	64	53%
Gran Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 1 *Género Encuestados*

Fuente: Tabla 1.

Según las respuestas de los encuestados, el total de mujeres es mayor al de los hombres, con un porcentaje de 53% vs 47%. En este caso, esta mayoría no significa que las mujeres serán las principales clientes del negocio, ya que se requiere conocer el comportamiento de las mismas de acuerdo a las respuestas proporcionadas en las preguntas siguientes.

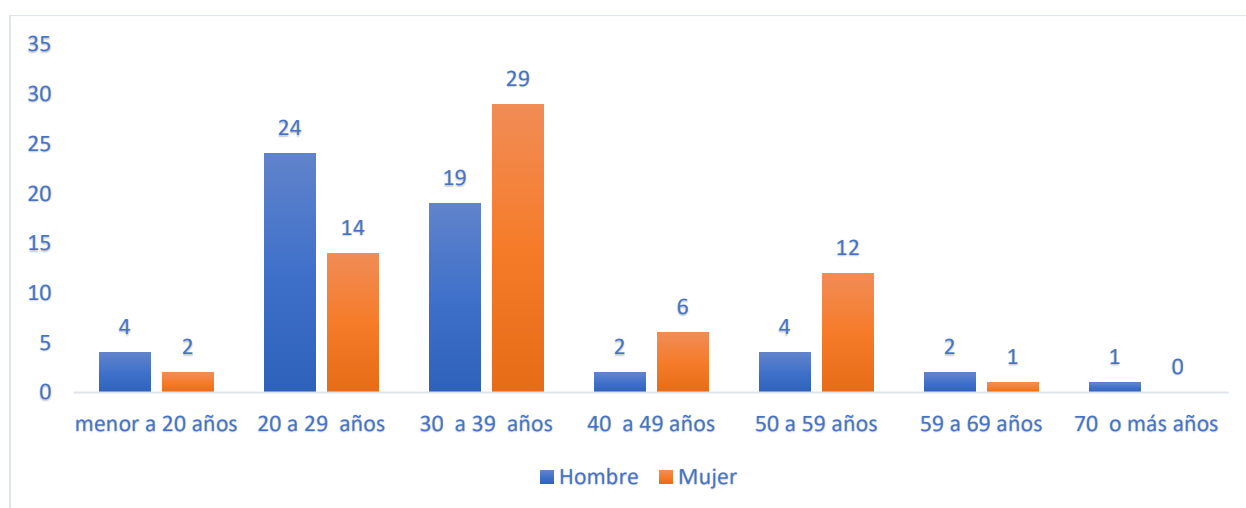
#### **4.1.1.2. Rango de edades de los encuestados.**

La siguiente pregunta para los encuestados, era indicar el rango de edades en el que se encuentran, los mismos son: menor a 20 años, de 20 a 29 años, de 30 a 39 años, de 40 a 49 años, de 50 a 59 años, de 59 a 69 años y, por último, de 70 o más años. A continuación, se muestra la distribución de los encuestados:

Tabla 3 *Rango de Edades*

Respuesta	Hombre	Mujer
menor a 20 años	4	2
20 a 29 años	24	14
30 a 39 años	19	29
40 a 49 años	2	6
50 a 59 años	4	12
59 a 69 años	2	1
70 o más años	1	0
Total	56	64

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 2 *Distribución de los rangos de edades entre hombres y mujeres*

Fuente: Tabla 2.

Según la información del gráfico presentado, la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de 30 a 39 años, siendo su mayoría mujeres; el segundo en mayor cantidad de encuestados es el rango de 20 a 29 años, caso contrario al anterior, la mayoría en este rango es de

hombres. La edad promedio de los encuestados oscila entre 20 a 39 años según los resultados de esta pregunta.

#### 4.1.1.3. Frecuencia de salir a comer fuera de la casa

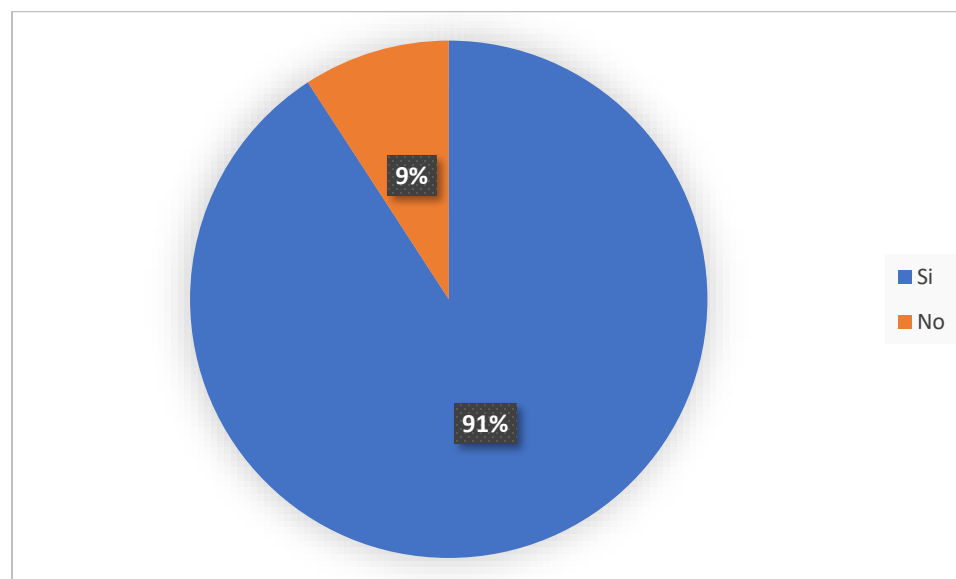
Esta pregunta tiene como fin determinar cuántos de los encuestados son posibles clientes del FoodTruck Garage, y separarlos del grupo de personas que acostumbran a no gastar dinero en alimentos fuera de la casa.

Tabla 4 *Frecuencia para salir a comer afuera*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	109	90.83%
No	11	9.17%
Total	120	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 3 *Invierte dinero comiendo fuera de la casa*



Fuente: Tabla 3.

En esta pregunta, el 91% de los encuestados, que representan 109 personas, acostumbran a comer fuera de casa, por otro lado, 11 personas (9%) no gasta dinero saliendo a comer afuera, lo

que los convierte en clientes no potenciales para el negocio, ya que el mismo se enfoca en ofrecer opciones para agregar a su dieta regular.

#### 4.1.1.4. Cantidad de veces que salen a comer afuera

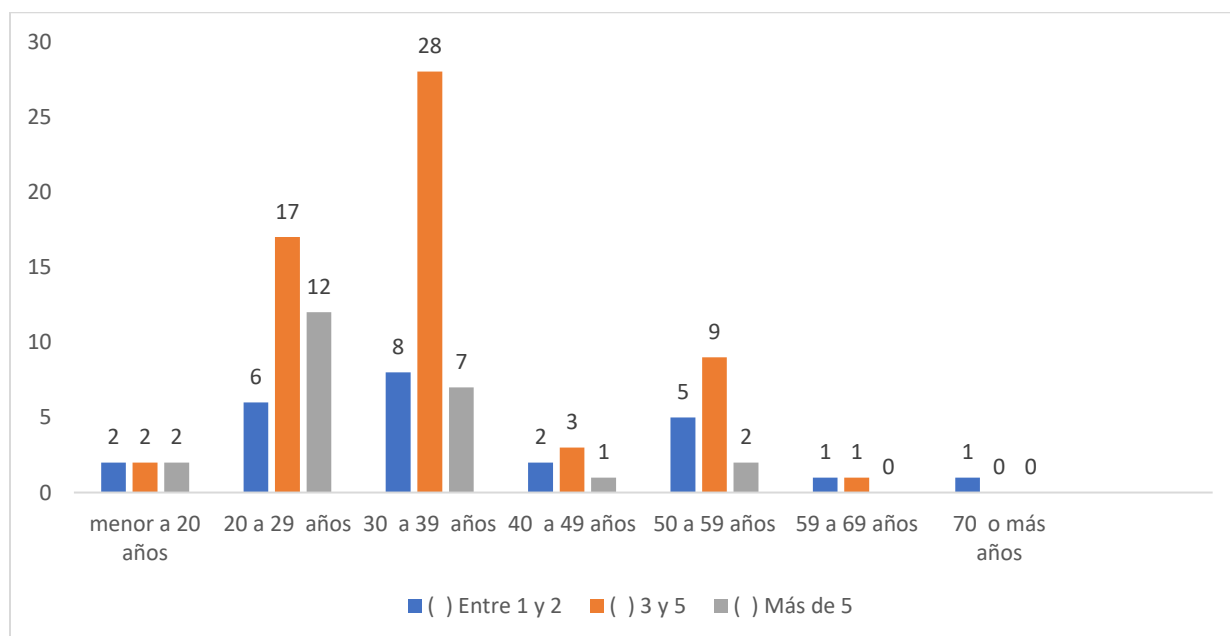
Continuando con las personas que acostumbran a comer fuera de su hogar, se les consultó cuantas veces a la semana acostumbran a hacerlo, para determinar si es posible tener un patrón de apertura del lugar.

Tabla 5 *Cuantas veces a la semana come fuera*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Entre 1 y 2	25	23%
Entre 3 y 5	60	55%
Más de 5	24	22%
Total	109	100%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 4 *Cuantas veces sale a comer a la semana*



Fuente. Tabla 4

Según los datos arrojados por las encuestas, de los 109 encuestados que, si frecuentan lugares a comer, 60 personas lo hacen entre 3 y cinco veces, siendo el rango de edad que más lo hace, de 30 a 39 años.

#### 4.1.1.5. Presupuesto disponible para comidas afuera

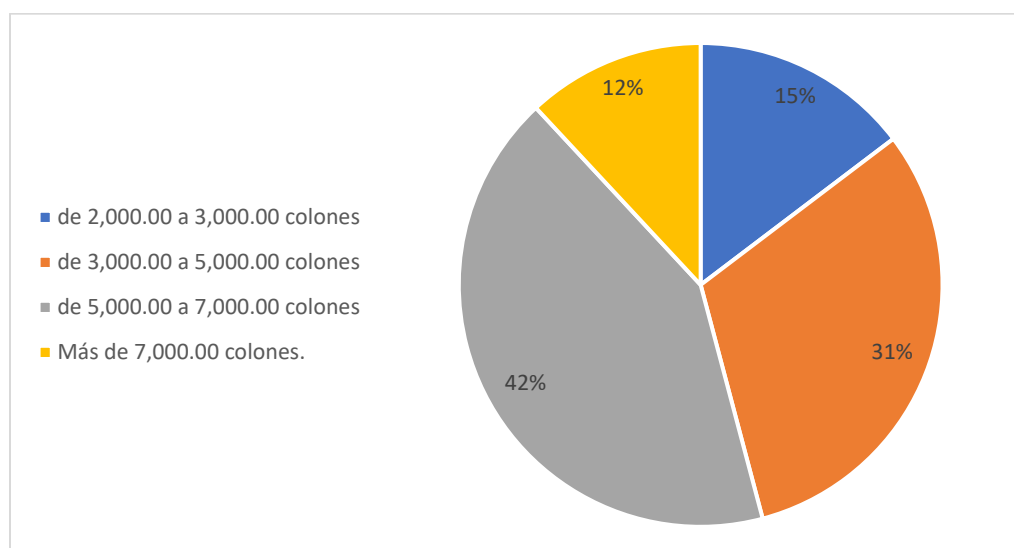
La siguiente pregunta a los encuestados, tenía como objetivo conocer el presupuesto que la persona apartaba por cada visita a un lugar de comida fuera de casa, para definir de ser posible, estrategias de precios para los oferentes

Tabla 6 *Presupuesto a gastar para comer afuera*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
de 2,000.00 a 3,000.00 colones	16	15%
de 3,000.00 a 5,000.00 colones	34	31%
de 5,000.00 a 7,000.00 colones	46	42%
Más de 7,000.00 colones.	13	12%
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 5 *Presupuesto para cada visita a un lugar de comida*



Fuente: Tabla 5

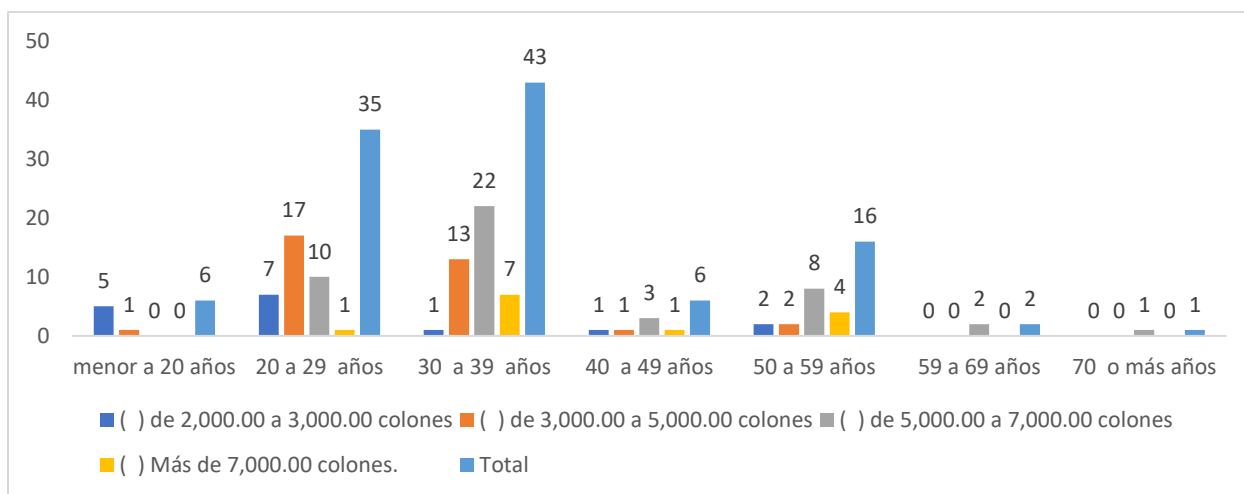
Según las respuestas de los encuestados, el 50% del total que visita lugares de comida fuera de la casa, destina para este fin, aproximadamente de 5,000.00 a 7,000.00 colones, siendo de nuevo, el grupo de edad de 30 a 39 años, los que representan mayor presupuesto para este rubro.

Tabla 7 *Presupuesto a gastar para comer afuera*

Rango de Edad / Respuesta	De 2,000.00 a 3,000.00 colones	De 3,000.00 a 5,000.00 colones	De 5,000.00 a 7,000.00 colones	Más de 7,000.00 colones.
menor a 20 años	5	1	0	0
20 a 29 años	7	17	10	1
30 a 39 años	1	13	22	7
40 a 49 años	1	1	3	1
50 a 59 años	2	2	8	4
59 a 69 años	0	0	2	0
70 o más años	0	0	1	0
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>46</b>	<b>13</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 6 *Presupuesto para gastar por rango de edades*



Fuente: Tabla 6

#### 4.1.1.6. Horarios de preferencia

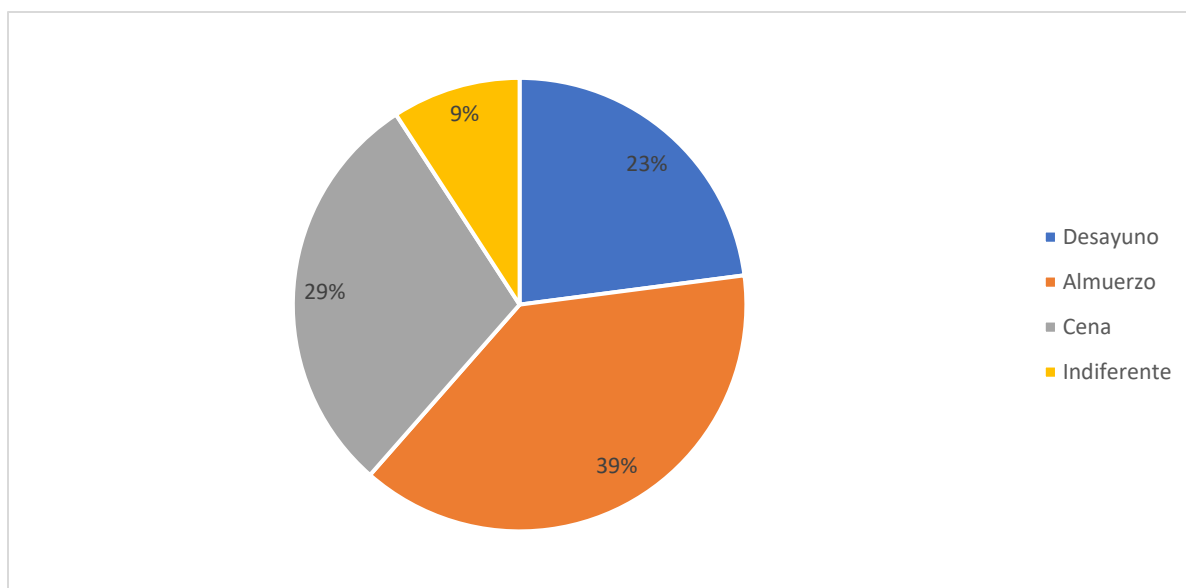
La siguiente pregunta, tenía como objetivo distribuir la cantidad de veces que los encuestados salen a comer afuera, entre los diferentes horarios de comida habituales, podían escoger entre: Desayuno, Almuerzo, Cena o si era indiferente.

Tabla 8 *Horarios de Preferencia para comer afuera*

Respuestas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Desayuno	25	22.94%
Almuerzo	42	38.53%
Cena	32	29.36%
Indiferente	10	9.17%
Total	109	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 7 *Horario de Preferencia para comer afuera*



Fuente. Tabla 7

De acuerdo con los encuestados, del total 109 personas, el 39% (42 en total) prefieren un horario de comida de almuerzo, seguido por el 29% (32) que prefieren un tiempo de comida nocturno. Con estas respuestas se podría concluir que el lugar debe tener opciones seguras de

almuerzo, para poder llamar la atención de clientes que posiblemente sean parte de la fuerza laboral del país. Existen también 25 personas (23%) cuyo tiempo de comida de preferencia puede ser cualquiera.

Con los datos de esta pregunta, la información del gráfico número 4 y número 6, se podría decir que las personas de rangos entre 30 y 39 años tienen un presupuesto de 5,000.00 a 7,000.00 colones por comida, para gastar en su mayoría, en tiempo de almuerzo, sin embargo, aún se desconoce hasta este punto, el tipo de alimentación que prefieren.

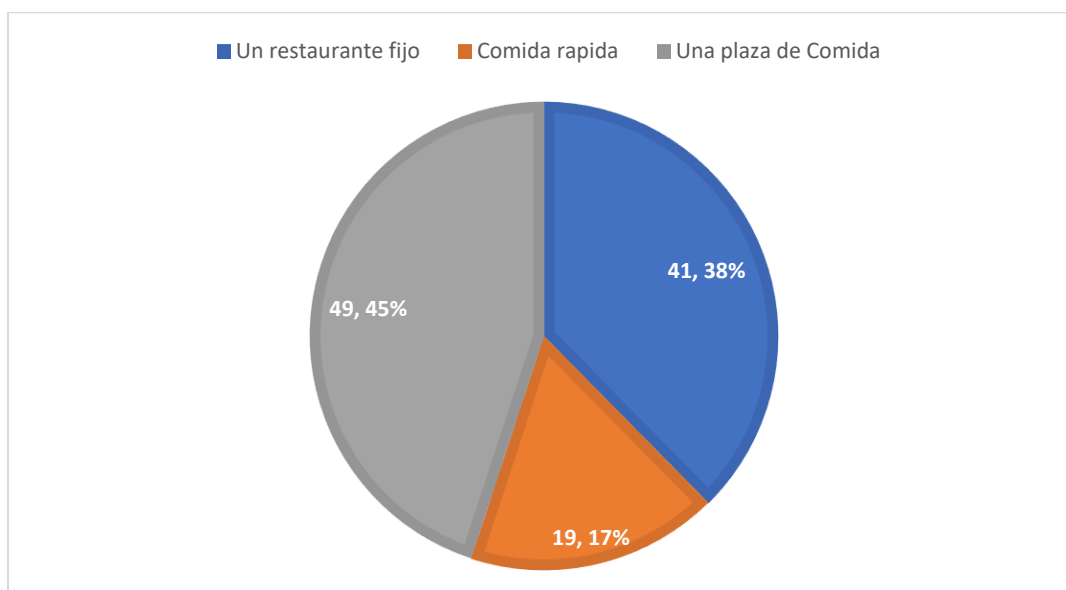
#### 4.1.1.7. Tipo de restaurante preferido

La siguiente pregunta en la encuesta, es el tipo de restaurante o local que frecuentan para comer, se les dio la opción de: un restaurante fijo, comida rápida o una plaza de comidas, las respuestas son mostradas en el cuadro número ocho.

Tabla 9 *Tipo de local que visita*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Un restaurante fijo	41	37.61%
Comida rápida	19	17.43%
Una plaza de Comida	49	44.95%
Total	109	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 8 *Tipo de local que visita*

Fuente: Tabla 8.

Con los datos obtenidos en esta pregunta, se logra determinar que el 49% de los encuestados, alrededor de 49 personas, prefiere visitar una plaza de comida cuando sale a comer afuera.

Esto quiere decir que las personas prefieren un lugar con varias opciones de alimentación, en lugar de solo un menú, por lo que los convierte en clientes potenciales del local comercial.

La idea del FoodTruck garage, es que las personas tengan diferentes opciones para sus alimentos, por lo que brindarles un espacio con opciones diferente de menú, se apega a lo que el mercado, en este caso los encuestados, frecuentan con mayor frecuencia; sin dejar de lado a las otras personas que indicaron su preferencia por un menú fijo y/o comidas rápidas, ya que el lugar se adecua para todos.

#### 4.1.1.8. Día de preferencia para comer afuera

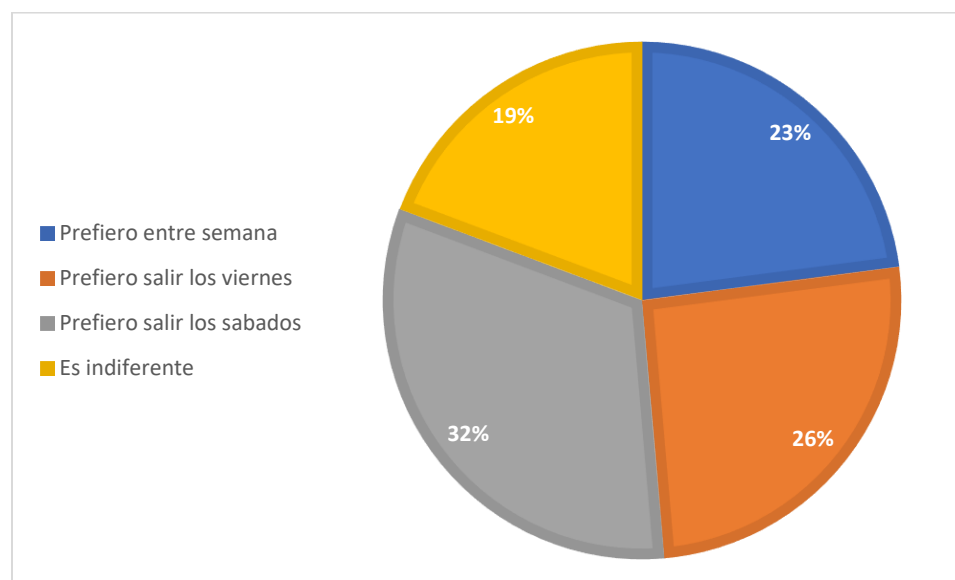
La siguiente pregunta a los encuestados, tiene como objetivo determinar el día de preferencia para salir a comer afuera, con el fin de poder determinar una estrategia de horarios para el local; las opciones a escoger eran: entre semana, viernes, sábado o si era indiferente el día.

Tabla 10 *Preferencia de día para salir a comer afuera*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Prefiero entre semana	25	23%
Prefiero salir los viernes	28	26%
Prefiero salir los sábados	35	32%
Es indiferente	21	19%
Total	109	100%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 9 *Preferencia de día para salir a comer afuera*



Fuente: Tabla 9.

Según la información arrojada por los encuestados, la mayoría representada por el 32% prefiere los sábados para salir a comer, sin embargo, es importante destacar que no existe una diferencia significativa entre la opción de salir un viernes o un sábado, lo que nos indica que el local debe estar disponible estos dos días, puesto que representarían el mayor flujo de potenciales clientes, buscando una opción para satisfacer esta necesidad.

El porcentaje de personas que indicaron entre semana o si es indiferente, no se puede dejar de lado, ya que, entre los dos, representan cerca del 50% de los encuestados. Se debe contar con disponibilidad flexible para asumir la demanda prevista de asistencia, con estos resultados.

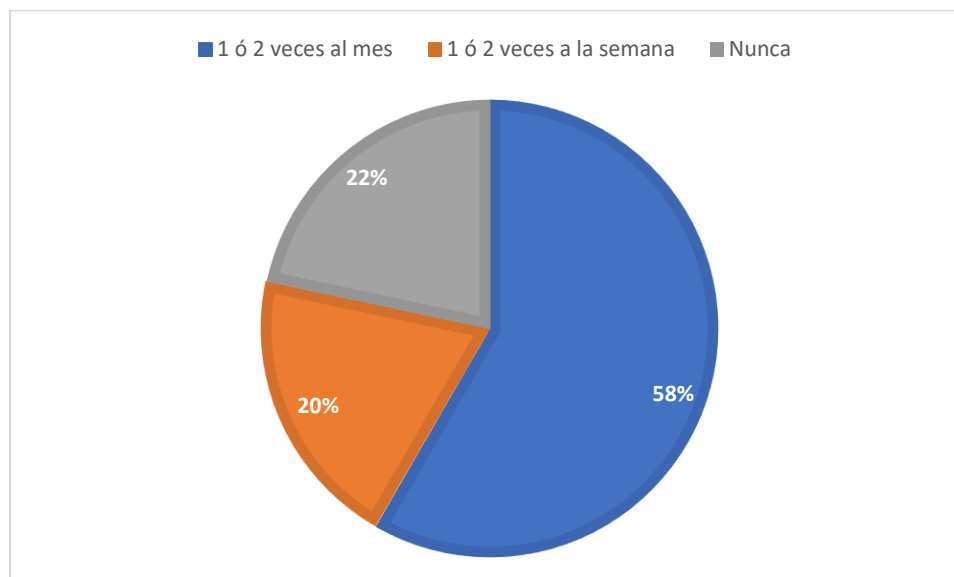
#### 4.1.1.9. Asistencia al Estadio

Como el local comercial se encuentra próximo al estadio Ricardo Saprissa, se intentó conocer la afluencia de los entrevistados a este recinto, para poder determinar algún patrón en su comportamiento mientras asisten al estadio; se les consultó en primera instancia si asistían al estadio.

Tabla 11 *Asistencia al Estadio*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 o 2 veces al mes	70	58.33%
1 o 2 veces a la semana	24	20.00%
Nunca	26	21.67%
Total	120	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

*Gráfico 10 Asistencia al Estadio*

Fuente: Tabla 10

Según las respuestas de los encuestados, el 80% asiste al menos 2 veces al mes al estadio, lo que podría representar afluencia regular de clientes buscando una opción diferente de alimentación antes o después del estadio, esta información es importante, ya que significa que el horario de eventos del recinto debe ser tomado en cuenta ya sea para ajustar la disponibilidad del local, así como para definir precios a los comerciantes.

Si bien es cierto, el local no está ligado al estadio, es recomendable tomar en consideración cierto tipo de eventos, ya que al ser un recinto que alberga hasta veintidós mil personas, significa una oportunidad de negocios muy grande, ya que al ser tantas personas buscando una opción de alimentación, la cercanía del FoodTruck Garage es primordial.

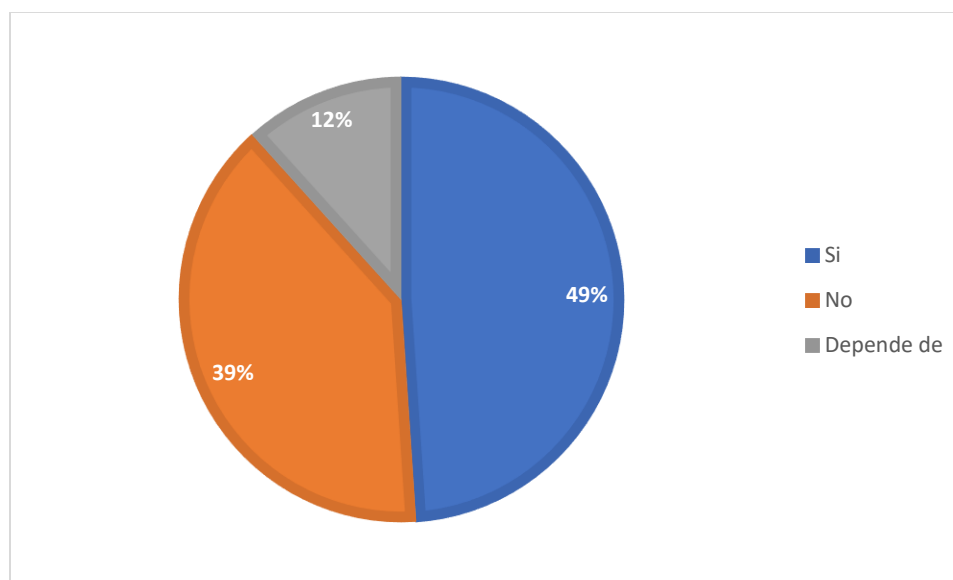
#### 4.1.1.10. Consumo de alimentos en el estadio

La siguiente pregunta a los encuestados era si consumían alimentos cuando asistían al estadio, esto con el fin de contabilizar el porcentaje de personas que podrían ser clientes; en eventos deportivos, como lo son en su mayoría en el estadio (aunque hay conciertos, ferias y demás) la alimentación es relativamente cara, por lo que se pretendía conocer si los asistentes gastaban, además de la asistencia al estadio, en alimentación, y si su respuesta dependía de algún factor adicional

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	46	48.94%
No	37	39.36%
Depende de	11	11.70%
Total	94	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 11 Consume alimentos cuando asiste al estadio



Fuente: Tabla 11

El 49% de los encuestados indicó que si consume alimentos cuando asiste al estadio, lo que los convierte en clientes potenciales y genera un nicho de mercado específico para los eventos

del estadio, sin embargo, dentro del recinto se ofrecen opciones de alimento, por lo que no se podría concluir que estas personas asistan al local comercial.

El 39% que indicó No, lo hizo indicando que no consume alimentos en el estadio, lo que deja abierta la posibilidad de que, si lo hagan fuera del recinto, convirtiéndolos también en posibles clientes del local comercial.

Este número es relativamente alto, puesto que es cercano al 50% de los encuestados, que indican que no estarían dispuestos a consumir alimentos si asisten al estadio, ya que ya esto incurre en gastos mayores.

El 12% por indicó que dependía de alguna situación, al ser una pregunta abierta, se resumieron las respuestas los siguientes rubros:

- 4.1.1.10.1. Precio: los encuestados consideran que los alimentos dentro del estadio resultan caros ya que ya se está invirtiendo en la entrada al recinto.
- 4.1.1.10.2. Calidad: indican que la calidad de las opciones no son las mejores, ya que generalmente se trata de snacks poco saludables.
- 4.1.1.10.3. Facilidad de llegar: indican que a veces cerca del estadio los locales se llenan mucho y no es posible llegar, especialmente porque la salida del estadio se congestiona a la salida.
- 4.1.1.10.4. Variedad: Indican que, al salir del estadio, y en general en cualquier salida, la variedad de alimentos es siempre clave para alimentarse.

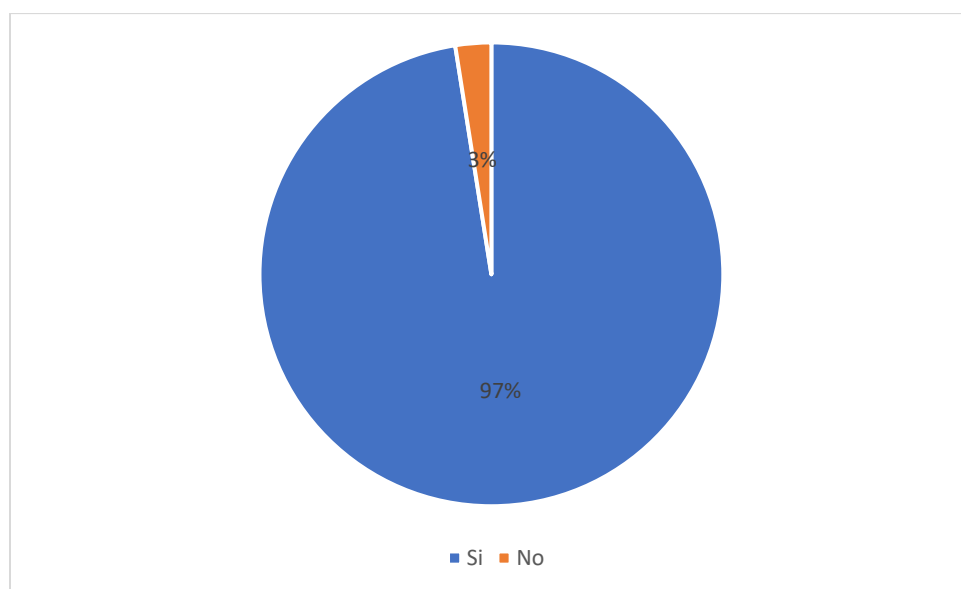
#### 4.1.1.11. Conocimiento del término FoodTruck

Siguiendo con la encuesta, la siguiente pregunta realizaba era si conocía el concepto de un FoodTruck, con el fin de poder determinar si era o no atractivo para ellos conocer o acercarse a un lugar que contara solo con este tipo de establecimientos. Las respuestas fueron:

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	117	97.50%
No	3	2.50%
Total	120	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 12 *Conoce que es un FoodTruck*



Fuente: Grafico 11

Según las respuestas de los encuestados, el 97% conoce lo que es un FoodTruck, estos datos nos indican que al menos todos, ya sea, han visitado uno o han escuchado hablar de este tipo de establecimientos en el país, por lo que un local comercial basado en esta metodología no es ajeno al conocimiento público.

Del total de encuestados, las personas que no conocían el concepto de FoodTruck eran solo 3, los encuestados de mayor edad, del rango de mayor a 59 años, estos indicaron que el concepto en ingles no lo conocen, pero si saben que son los camiones de comida, ya que no es un concepto nuevo.

#### 4.1.1.12. Nombre de FoodTruck que conoce

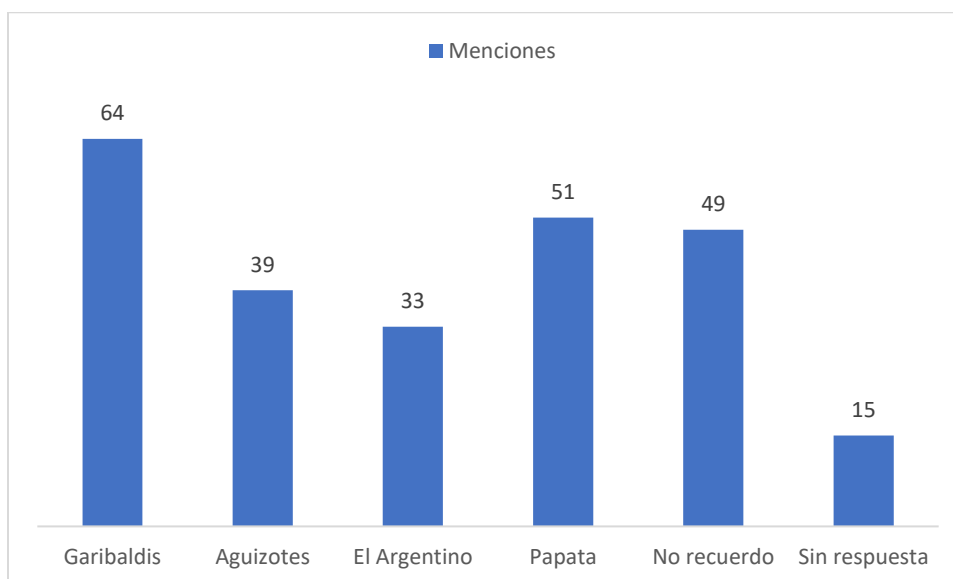
Siguiendo con la encuesta, se les preguntó a los encuestados sobre cuales FoodTruck conocen en el mercado y que mencionaran algunos, con el fin de determinar si es posible tener de antemano, el dato con los nombres de los FoodTruck que conozcan y poder negociar con estos, la presencia en el local. Al ser una pregunta abierta, se les dio la opción de indicar si no recordaba el nombre en específico, podrían brindar una característica, y estas a su vez, se clasificaron para poder presentarlas bajo el mismo rubro. Las respuestas fueron:

*Tabla 14 Nombre de los FoodTruck que conoce*

Nombre	Total de Menciones
Garibaldis	64
Agüizotes	39
El Argentino	33
Papata	51
No recuerdo	49
Sin respuesta	15

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

*Gráfico 13 Cantidad de Menciones por Restaurante*



Fuente: Tabla 13

Dentro de las respuestas de los encuestados, los FoodTruck de Garibaldis (comida mexicana) y Patata (papas fritas) fueron los más mencionados a los encuestados, a todos se les dio la oportunidad de nombrar todos los FoodTruck que conocían, y estos fueron los que mayor número obtuvieron.

Al ser estos dos, los que obtuvieron mayor cantidad de menciones, es recomendable que los mismos estén disponibles en el parque de FoodTruck, ya que se debe aprovechar el posicionamiento que ya tienen en la mente de los consumidores, para obtener más público y mayor afluencia de nuevos clientes a sus locales y en general, al nuevo espacio de FoodTruck.

Así mismo, el término “No recuerdo” y “Sin respuesta” fueron usados muchas veces por los encuestados, lo que nos indica que no existe una promoción tan efectiva ya sea por los mismos restaurantes dueños de FoodTruck, como de los espacios especializados para este tipo de locales.

#### 4.1.1.13. Asistencia a un lugar de sólo FoodTrucks

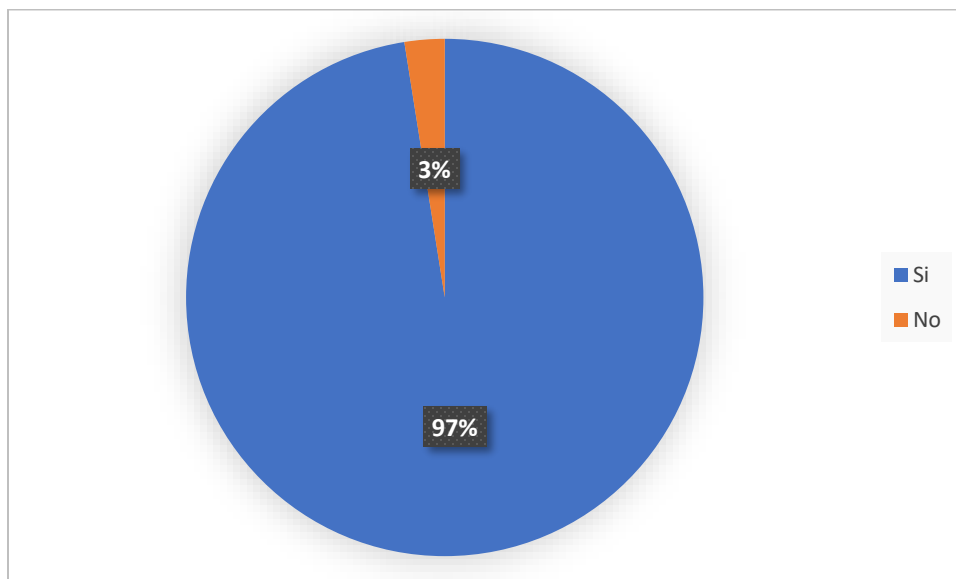
La siguiente pregunta a los encuestados, es importante ya que se les cuestiona directamente si serian consumidores habituales de un lugar que ofrezca solamente FoodTruck dentro de sus instalaciones, con la pregunta ¿Asistiría usted a un lugar que cuente con varios FoodTruck para consumir alimentos? Las respuestas fueron:

Tabla 15 ¿Asistiría a una plaza sólo de FoodTruck?

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	117	97.50%
No	3	2.50%
Total	120	100.00%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 14 Asistiría a un lugar solo de FoodTrucks



Fuente: Tabla 14.

La respuesta fue bastante positiva para esta pregunta, ya que el 97% de los encuestados indicó que, si asistirían a un lugar sólo de FoodTruck para consumir sus alimentos, lo que significa que el negocio tendría bastante afluencia por parte de las personas que serían clientes del local.

De nuevo, las personas que indicaron que no asistirían a este tipo de establecimientos, fueron los encuestados de mayor edad, ya que no conocen el termino FoodTruck Garage, al finalizar la encuesta, se les comentó cual era el concepto, y todos aceptaron que podrían asistir a este lugar sin problema, ya que representa modernidad y más opciones de entretenimiento cerca de casa.

#### 4.1.1.14. Monto para pagar por alimentos

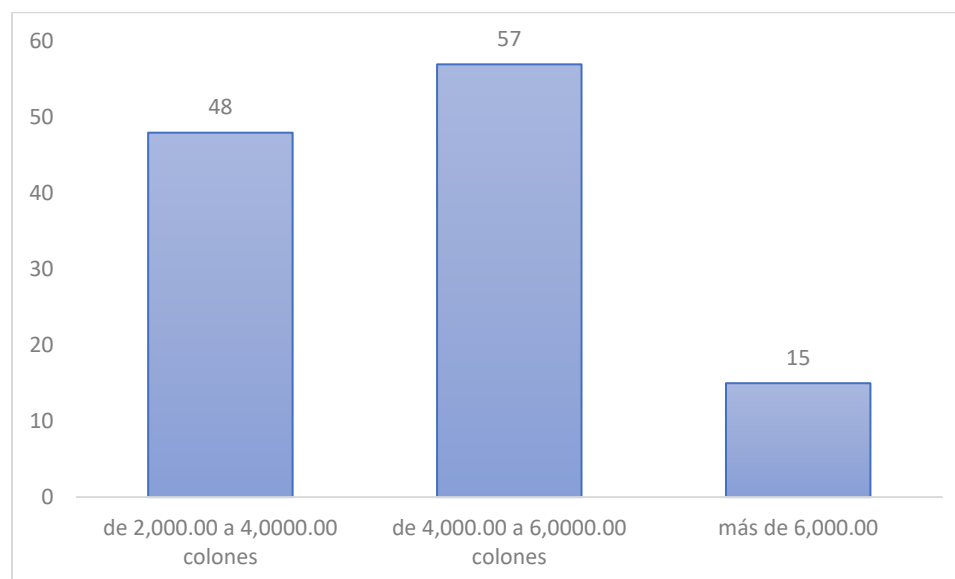
La última pregunta de la encuesta tenía como objetivo conocer el monto por el cual los encuestados estarían dispuestos a pagar, por consumir alimentos de un FoodTruck garage, se les dieron las opciones de 2,000 a 4,000 colones, de 4,000 a 6,000 colones y más de 6,000. Las respuestas fueron:

Tabla 16 *Cuánto estaría dispuesto a pagar en un FoodTruck*

Respuesta	Valor Absoluto	Valor Relativo
de 2,000.00 a 4,000.00 colones	48	40%
de 4,000.00 a 6,000.00 colones	57	48%
más de 6,000.00	15	13%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia, encuesta aplicada entre el 04 al 11 de Nov 2019

Gráfico 15 *Cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar por una comida*



Fuente: Tabla 15.

Los datos arrojados en esta pregunta son vitales para los comerciantes, ya que, si bien es cierto, esta investigación se basa en la factibilidad de la creación de FoodTruck Garage en Tibás, y no de la creación de un FoodTruck, es importante para aportar a los posibles dueños de estas unidades participantes en el espacio, la ventana de precios que los posibles clientes estarían dispuestos a pagar.

El 88% de los encuestados indican que pagarían de 2,000 a 6,000 por un platillo de comida de una unidad tipo FoodTruck, siendo la mayoría (48% del total de encuestados) los que estarían dispuestos a pagar entre 4,000 a 6,000 colones por platillo en estas unidades.

Las personas que indicaron que pagarían más de 6,000 por platillo, se ubicaron en el rango de edades mayor, de las 15 personas que indicaron este precio, 5 son de 39 años, y 7 de 40 años en adelante, lo que nos indica que las personas adultas, están dispuestas a pagar mayor cantidad de dinero por platillo, ya sea porque buscan calidad de alimentación y estadía, así como opciones

diferenciadas de un público de edad menor, lo que nos indica que deben existir opciones para todos los gustos dentro del local, aprovechando que de las 28 personas en total ubicadas dentro del rango de mayor a 40 años, el 25% estaría a dispuesta a pagar más que el público menor a 39 años.

#### 4.1.2. Resultado encuestas a dueños de FoodTruck

Para conocer la parte comercial, se intentó conocer la opinión de dueños de FoodTrucks, por lo que por medio de una entrevista pequeña a 3 FoodTrucks, se obtuvieron los siguientes resultados”

##### 4.1.2.1. Costo por eventos

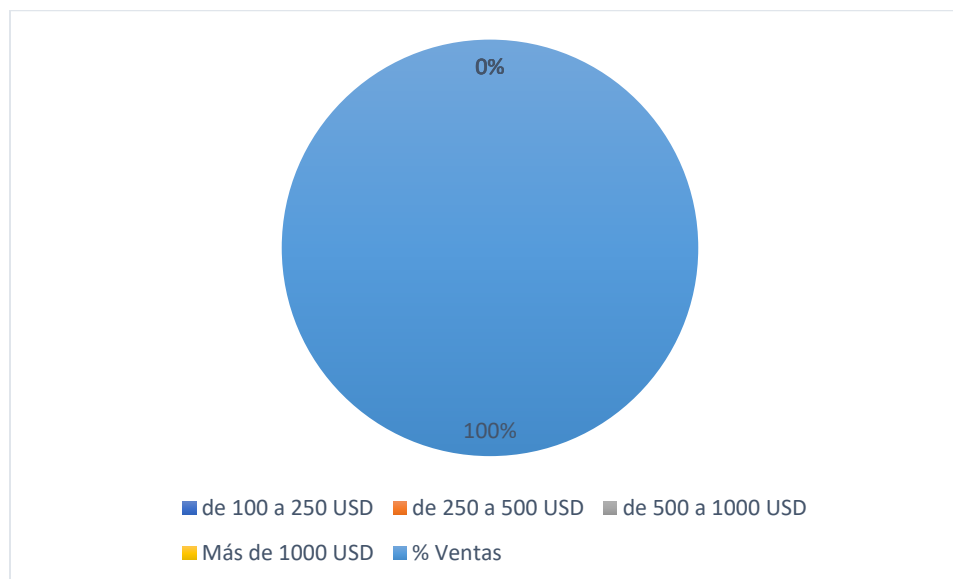
La primera pregunta que se le realizó a los dueños de FoodTrucks fue el costo que generalmente les cobraban los empresarios privados que los invitaban a eventos o festivales, con el fin de determinar alguna estrategia de precios a cobrar, los resultados fueron:

Tabla 17 *Costo por evento privado*

Respuestas	Valor Absoluto	Valor Relativo
de 100 a 250 USD	0	0.00%
de 250 a 500 USD	0	0.00%
de 500 a 1000 USD	0	0.00%
Más de 1000 USD	0	0.00%
% Ventas	5	100.00%
Total	5	100.00%

Fuente: Encuesta aplicada entre el 12 al 26 Nov 2019

Gráfico 16 Costo por evento privado



Fuente: Elaboración propia

Los datos arrojados por esta pregunta fueron contundentes en el sentido de que todos nos contestaron que el costo por evento privado era en general un % de las ventas totales, lo cual era en ocasiones desfavorable para ellos, ya que podría significar gran parte de sus ganancias, lo cual trasladan al cliente final.

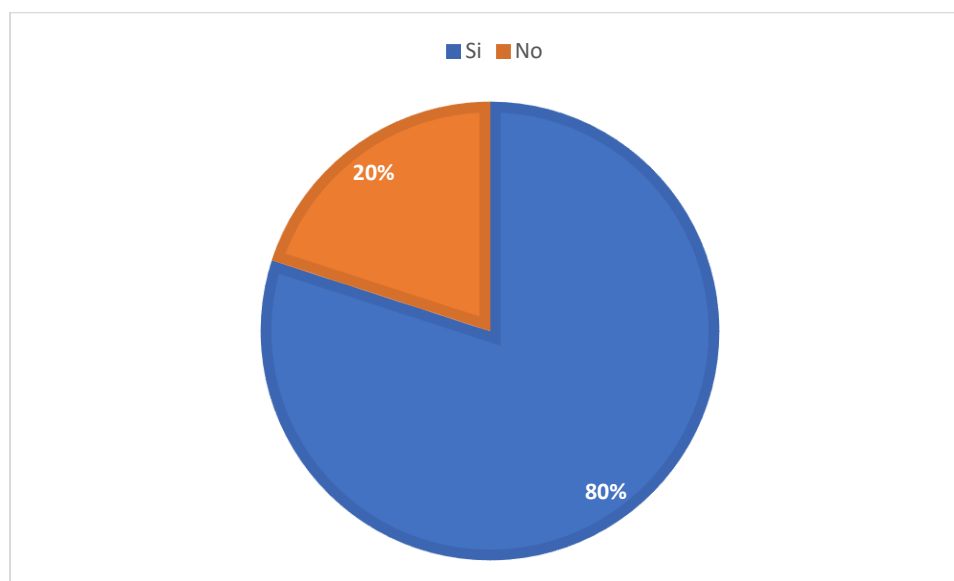
#### 4.1.2.2. Espacio fijo

Posterior, se les consultó si contaban con un lugar fijo donde estacionarse, esto con el fin de conocer si el dueño estaría dispuesto a permanecer en un establecimiento fijo.

Tabla 18 ¿Tienen un espacio fijo?

Respuestas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada entre el 12 al 26 Nov 2019

Gráfico 17 *Tienen un espacio fijo*

Fuente: Tabla 17

En esta pregunta, uno de los dueños indicó que, si contaba con un espacio establecido, pero como restaurante, adicional a esto contaba con el FoodTruck que lo utilizaba para eventos, el resto indicó que no contaba con un espacio fijo.

#### 4.1.2.3. Interés en un espacio fijo

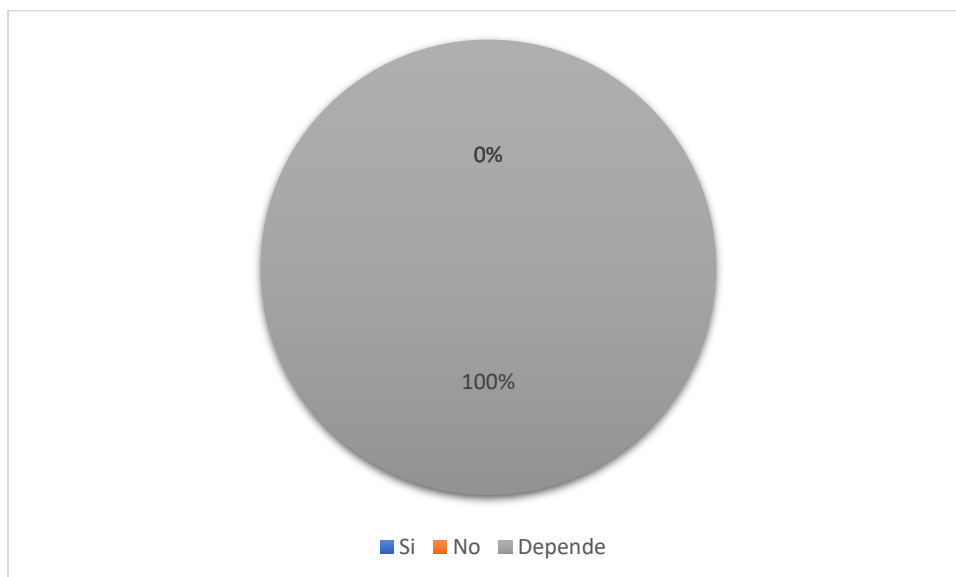
La siguiente pregunta fue si estarían interesados en establecerse en un espacio físico, con un ambiente dinámico y céntrico, las opciones dadas eran si, no y depende, donde en depende, podía indicar las variables que les interesaran, las respuestas fueron las siguiente:

Tabla 19 *¿Les interesaría un espacio fijo?*

Respuestas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	0	0%
No	0	0
Depende	5	100%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada entre el 12 al 26 Nov 2019

Gráfico 18 Les interesaría un espacio fijo



Fuente

Como se puede observar en las respuestas, todos indicaron que dependía, dando como principales razones el precio y la locación, siendo la combinación de ambas igual de importantes.

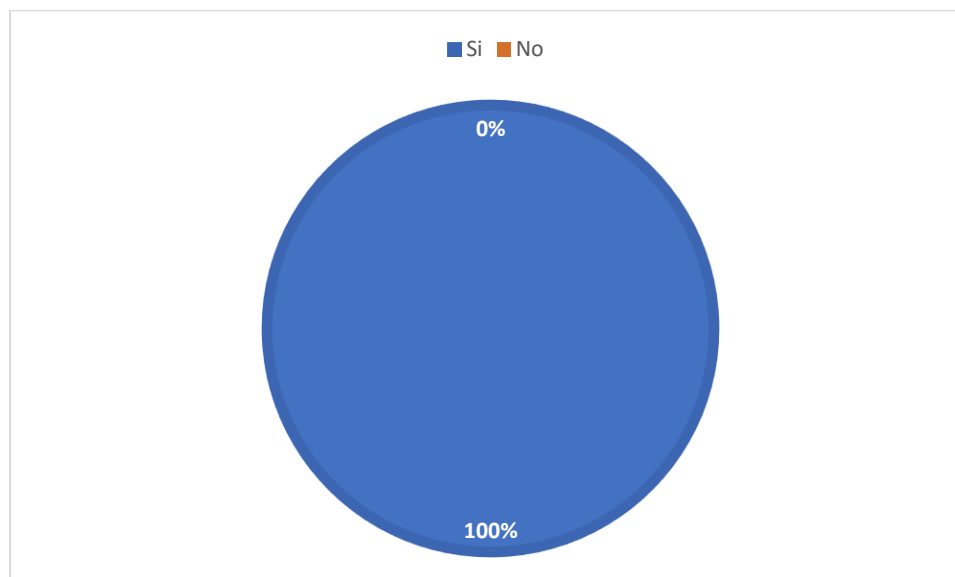
#### 4.1.2.4. Intención de conocer sobre el proyecto

Posterior, se les consultó sobre si estarían interesados en conocer sobre el proyecto de Tibás, frente al Ricardo Saprissa, y las respuestas fueron las siguientes:

Tabla 20 ¿Le interesaría conocer la opción frente al Estadio Ricardo Saprissa?

Respuestas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	5	100%
No	0	0
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada entre el 12 al 26 Nov 2019

Gráfico 19 *Le interesaría conocer la opción frente al Estadio Ricardo Saprissa?*

Fuente: Tabla 19

De nuevo, todos contestaron que si estarían interesados en conocer del proyecto, lo que indica que la localidad del mismo atrae posibles clientes, y los precios podrían ser competitivos.

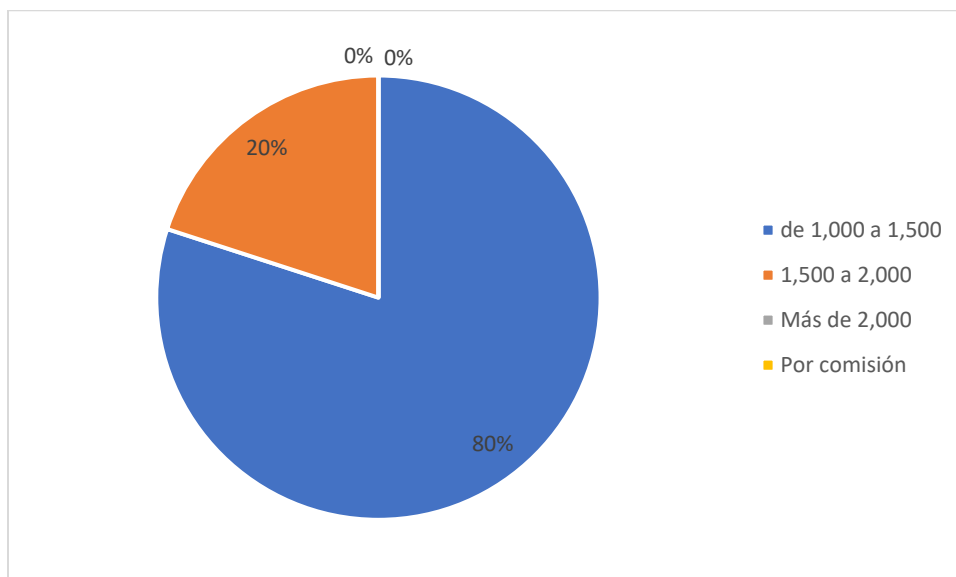
#### 4.1.2.5. Monto aproximado de alquiler

La última pregunta realizada, fue el costo que estarían dispuestos a pagar, se les dieron opciones para escoger, de \$1,000.00 a \$1,500.00, de \$1,500.00 a \$2,000.00, más de \$2,000.00 o por comisión. Los resultados fueron:

Tabla 21 *¿Cuánto estarían dispuestos a pagar?*

Respuestas	Valor Absoluto	Valor Relativo
de 1,000 a 1,500	4	80%
1,500 a 2,000	1	20%
Más de 2,000	0	0%
Por comisión	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada entre el 12 al 26 Nov 2019

Gráfico 20 *Cuanto estarían dispuestos a pagar?*

Fuente: Tabla 20

En esta pregunta, se quería conocer un poco de la percepción de los empresarios con respecto al costo de alquiler mensual del espacio, al ser costos asociados a su operación directa, se esperaba que la mayoría seleccionara montos menores, sin embargo, esta información es útil para la toma de decisiones.

#### **4.1.3. Entrevista a empresaria**

Adicional a los espacios de FoodTruck, el local comercial contará con un espacio para ferias, en primera instancia durante dos días, que pueden ser fines de semana o depende de la fecha cercana especial que tenga el país.

Por eso, se contactó a una empresaria que generalmente asiste a ferias en empresas (navideñas, día de la madre, día del padre, etc.), para conocer su experiencia sobre costos y servicios que puede ofrecer

Tabla 22 *Entrevista Pamela Rodriguez*

Pregunta	Respuesta
Servicios ofrecidos	Venta de ropa y accesorios (bolsos, relojes, perfumes, etc.)
Comisión	Generalmente es un % de las ventas totales, lo cual en ocasiones no es tan favorable.
Experiencia	10 años asistiendo a ferias empresariales
¿Asistiría a ferias en Tibás?	Si, especialmente si es una buena locación y el monto de participación no están elevado, ya que estos productos, especialmente porque se deben vender al contado, no pueden ser muy caros al consumidor final.
¿Cómo la contactan?	Por medio de redes sociales, adicional, como ha trabajado con empresas, busca personalmente el contacto de la asociación solidarista, que generalmente es la encargada de la feria

Fuente: Elaboración propia y entrevista realizada el 06 de diciembre del 2019.

#### 4.1.4. Análisis de Proveedores

Parte primordial del estudio de mercado, tiene que ver con los proveedores de los diferentes servicios que requiere el local comercial; para los empresarios dueños de los FoodTruck, serían los proveedores de alimentos y materias primas.

Journey FoodTruck Garage no se encargará de producir y/o comercializar bienes, si no, es un lugar para que se lleven a cabo negocios.

De igual manera, como se conocerá más adelante en los capítulos de este proyecto, se requerirán los servicios de proveedores externos, como lo son limpieza, seguridad y acondicionamiento del servicio sanitario.

Para este fin, se contactó a las empresas que contaran con estos servicios y cumplieran con lo requerido mínimo por los dueños.

El siguiente cuadro indica el nombre de los potenciales proveedores y los servicios que se les estarán contratando, estos datos fueron recabados por llamada telefónica.

Tabla 23 *Proveedores Potenciales*

Nombre	Servicio
K9 Seguridad	Servicios de seguridad y monitoreo
REM Soluciones	Limpieza y mantenimiento
Contratista: Geovanny Guevara	Construcción de servicio sanitario

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2. Análisis de la Demanda

El total de encuestados era en su mayoría mujeres (53%), siendo el 70% del total de los encuestados, entre el rango de edades de 20 a 39 años.

Al ser esta la edad predominante en el grupo de encuestados, su comportamiento, conforme a las preguntas, es clave para el establecimiento del local, puesto que, al ser un extracto de una población mayor, podríamos concluir que la mayor parte se va a encontrar en estos mismos rangos de edad.

En general, la muestra encuestada asiste a lugares de comida fuera de casa, siendo el rango de edad anteriormente indicado, el que más asiste a lugares fuera de casa para este fin.

Del total de encuestados, los mismos indican que comen fuera de casa entre 3 y 5 veces a la semana (45 personas de 78 en total) lo que nos indica que el local comercial debe tener capacidad de horario para poder hacer frente a los requerimientos de los clientes.

De 78 personas nuevamente, 30 prefieren tiempos de almuerzo cuando comen fuera de casa, lo que nos indica que posiblemente la mayor cantidad de persona tiene un trabajo, y es común salir a almorzar afuera con compañeros, lo que abre una ventana de posibilidades de clientes, que no fueron tomados en cuenta en la encuesta aplicada, pero que están dentro del círculo de influencia de los encuestados.

Adicional a lo anterior, 43 de esas personas indican que prefieren una plaza de comida, por las diferentes opciones que se pueden encontrar ahí, lo cual es beneficioso para el FoodTruck Garage, puesto que una de sus premisas, es tener opciones accesibles con gustos variados para los diferentes paladares de los clientes.

Asimismo, 27 personas indicaron que preferían salir los sábados a comer a fuera, esto tomando como base el hecho de que en la encuesta no estaba enfocada en si la persona prefería hacerlo durante su jornada laboral o no, si no, su preferencia personal. Aunando con las respuestas anteriores, se puede decir que el local recibiría mayor afluencia de clientes los sábados, tal vez mas que los que recibiría entre semana. Cabe destacar que, de esas, 12 personas indicaron que es indiferente el día para salir, 17 indicaron que lo prefieren entre semana y 22 que sea un viernes.

Por la ubicación del local, la afluencia que genera el Estadio Ricardo Saprissa debía ser tomada en cuenta, esto para definir si la asistencia a este recinto deportivo generaba o no mayor cantidad de clientes.

Del total de encuestados, 94 indicaron que asistían al estadio al menos 1 vez al mes, y de esos, 24 lo hacen al menos una vez a la semana; que se traduce a 24 personas asistiendo en promedio 4 veces al estadio por mes, que, en conjunto con su círculo de influencia, generarían afluencia de personas en el local comercial como posibles clientes.

De las personas que asisten al estadio, la mayoría (57 de 94) consume alimentos afuera, el resto indicó que no lo hace, ya sea por un tema de precios, por accesibilidad o por diferentes opciones de alimentación.

Del total de encuestados, 117 conocen el termino de FoodTruck, lo cual es positivo para el local puesto que el termino ya es conocido por los clientes, lo que ahorra tiempo de

posicionamiento y explicación, adicional, elimina el riesgo que implica presentar un concepto nuevo en la industria alimenticia.

Los encuestados no conocen tanto de restaurantes que tengan estas unidades, sin embargo, se mencionaron algunos nombres de FoodTruck que generalmente asisten a las ferias que se distribuyen a lo largo del país, dejando de lado cierta creencia que estas unidades son solamente de comidas rápidas.

Se mencionaron nombres como Garibaldis, Patata, Agüizotes, adicional se mencionó en gran cantidad la unidad de comida argentina (no se pudo definir a cuál en específico), lo que nos indica que estos son nombre de los restaurantes con los cuales se puede hacer una negociación directa para contar con su presencia dentro del local o área de FoodTruck.

Nuevamente, los 117, indicaron que sí asistirían a un lugar con el concepto de FoodTruck Garage, ya que indican que representan variedad de opciones de alimentación y de precios, para poder complacer los gustos de todos.

Finalmente, del total de encuestados, se determinó que 105 personas pagarían entre 2,000 a 6,000 por platillo, siendo el rango de edad de 20 a 39 años (41 personas) las que pagarían mayor cantidad de dinero por platillo, de 4,000 a 6,000 colones.

Con respecto a los dueños de FoodTruck, los mismos indicaron que la mayoría asiste a ferias donde son invitados y deben cancelar un porcentaje de las ventas totales, todos cuentan con servicios privados a empresas.

Todos indicaron que considerarían establecerse en un lugar fijo, como un FoodTruck Garage, siempre y cuando el monto a cancelar por concepto de alquiler y la locación sean optimas y puedan permitir ingresos constantes.

Si bien es cierto la mayoría estaría dispuesta a pagar entre \$1,000.00 y \$1,500.00 por alquiler, el lugar es importante, por lo que con este rango se pueden definir estrategias de precios, con respecto a los ofrecidos por locales similares.

Esta información es útil para los comerciantes dueños de las unidades de FoodTruck, ya que les brinda un insumo importante para la estrategia de precios que quieran tener con los clientes.

#### **4.3. Análisis de la Oferta**

Para el análisis de la oferta, se determinó que no existen conceptos similares en el cantón de Tibás, siendo el local más próximo, con este concepto, ubicado en Heredia, con el nombre de Entre Calles FoodTruck, ubicado 250 metros al norte del Paseo de las Flores -carretera hacia el centro de la provincia-, opera de martes a jueves de 11 a.m. a 11 p.m., los viernes y sábados hasta 12 mn y los domingos de 8 a.m. a 9 p.m. Este local comercial ofrece no solo opciones de alimentación, si no, entretenimiento como conciertos, ferias de artesanías y es la sede de ferias de productos orgánicos.

Cercano al cantón de Tibás se encuentran otro tipo de locales de alimentación, como restaurantes casuales, formales, de comida rápida, sodas, existe inclusive un centro comercial cerca del cantón, pero ninguno bajo la modalidad de FoodTruck.

Al estar cerca del estadio, el local se encuentra en un punto estratégico para comercializar alimentación tanto a los asistentes al estadio, como a personas que buscan opciones diferentes de alimentación, en un ambiente más casual y dinámico, como lo es un parque de FoodTruck.

#### **4.4. Análisis de Precios**

Para el análisis de precios, el fin del local es alquilar los espacios a FoodTruck para que promocionen sus espacios, no se realizará un análisis de precios de alimentos, aunque fue tomado en cuenta para las encuestas, el insumo es para compartirlo con los posibles empresarios.

Al no existir un local de la misma naturaleza, se hizo una consulta al parque más próximo, que es el ubicado en Heredia, al intentar ser cliente, nos indicaron que no contaban con espacios disponibles en ese momento, y que los precios que tienen, se asignan en función al tamaño y variedad del FoodTruck, sin embargo, la base mensual de alquiler es de aproximadamente USD 1,500.00, más una cuota de mantenimiento del parque, como seguridad y limpieza. El dueño del local provee señal de internet, conexión eléctrica, agua potable y los servicios sanitarios, así como la posibilidad de participar en los espacios de entretenimiento disponibles, como por ejemplo patrocinar una presentación artística, o formar parte de las ferias orgánicas, y así trabajar en la marca de la empresa. Así mismo, la empresa administradora provee el espacio correspondiente en la fachada del local por un trimestre, y posterior a este, se negocia el mantenimiento de la publicidad.

A grandes rasgos, el precio aproximado mensual de alquiler debe rondar los USD 1,300.00 a 1,700.00 para los dueños de FoodTrucks.

#### **4.5. Estudio Técnico**

En este apartado, se utilizó como guía la observación de la estructura del parque de FoodTruck ubicado en Heredia, así como los insumos provenientes de la encuesta aplicada, para conocer los elementos organizaciones, técnicos, legales y ambientales que podrían afectar la implementación del negocio.

#### 4.5.1. Localización

El local comercial se encuentra en el distrito San Juan, del Cantón de Tibás, frente a la boletería del Ricardo Saprissa, justo al lado de Monte Verde School, Avenida 69, Versalles.

El local se encontrará próximo al estadio Ricardo Saprissa y justo frente a la feria del agricultor de San Juan; es una locación conveniente ya que ambos establecimientos o eventos, tienen una afluencia de personas que le daría exposición a la empresa.

Es importante recalcar que el terreno actualmente se utiliza como zona de parqueo para ciertos eventos, el mismo propio, por lo que no se debe realizar alguna compra o pago por el permiso, más allá de los permisos de ley.

En la imagen 1, se muestra en una figura color rojo, la locación del terreno, el cual es de 1100 m<sup>2</sup> para el uso de los FoodTruck, baño y espacio para parqueos.

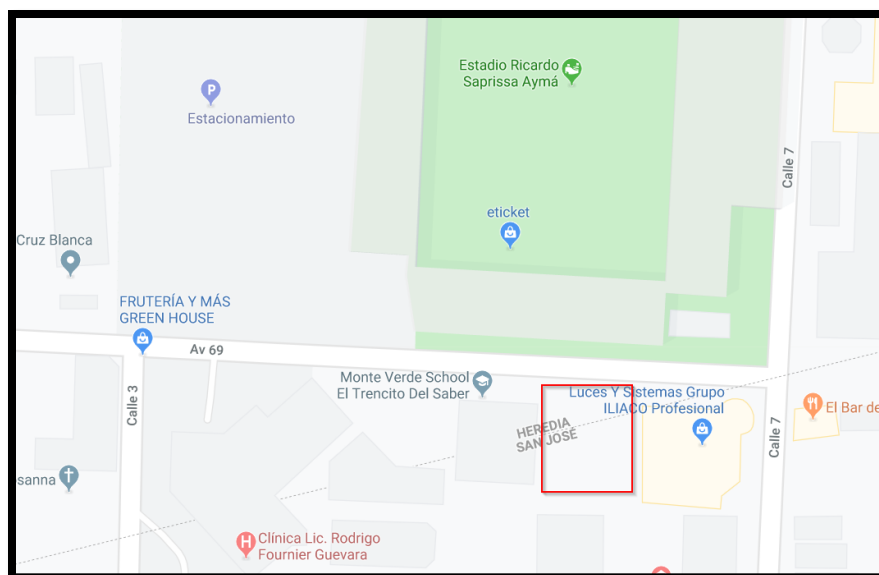


Imagen 1 *Localización del proyecto*

Fuente: Elaboración propia – Google Maps

#### 4.5.2. Alquiler

El concepto del FoodTruck Garage es acondicionar espacios para que los FoodTruck puedan atender a clientes, por lo que a ellos se les alquilaría el espacio, inicialmente en 1,400.00 USD mensual, más una cuota de mantenimiento de 100 USD.

Se habilitará en el terreno, espacio comercial para empresarios con emprendimientos menores, se cuenta con un espacio para 5 unidades pequeñas, donde se puedan ofrecer variedad de productos a las personas, que estos a su vez, sean complementarios al giro del negocio del Food Truck Garage, estos tendrán un costo de alquiler de 500 USD más 50 USD mantenimiento, para este tipo de local aplicaría:

- Venta de artesanías y souvenirs
- Venta de Arte
- Venta de Joyería
- Venta de utensilios de cocina
- Venta de productos amigables con el ambiente
- Venta de postres y repostería

Se contará con un espacio para realizar ferias semanales, el mismo es de 10 espacios pequeños, para que empresarios de menor escala, puedan ofrecer sus productos a los clientes. Las ferias no se realizarían todos los días, por lo que los espacios se alquilan conforme se vayan presentando los eventos. Estos tendrían un costo de \$50 por el total de tiempo que dure la feria. Se tiene contemplado que una feria no va a durar más de dos días seguidos, por lo que, si se presentara el caso de existir más ferias dentro del mes, el empresario debe cancelar el costo de su presencia. Para este tipo de ferias, los servicios que se buscarían son:

- Moda
- Accesorios
- Joyería
- Artesanías
- Alimentación (productos sin gluten, sin lactosa, etc.)
- Ferias saludables

Por el uso del terreno, no se debe cancelar ningún costo, ya que es parte del patrimonio familiar de los dueños del concepto, generando un ahorro en costos fijos para sus operaciones comerciales.

#### **4.5.3. Aspectos Físicos del Local**

El local es de 1100 m<sup>2</sup>, utilizables en su totalidad para el negocio, el mismo se utiliza para parqueo actualmente, ya que no tiene ninguna construcción comercial aun, por lo que el mismo se encuentra nivelado y no requiere alguna modificación.

#### **4.5.4. Distribución del Local**

En el siguiente cuadro se puede apreciar de mejor forma, la distribución idónea del espacio comercial, se considera que así se tiene un mejor aprovechamiento de la totalidad del terreno disponible para operar.

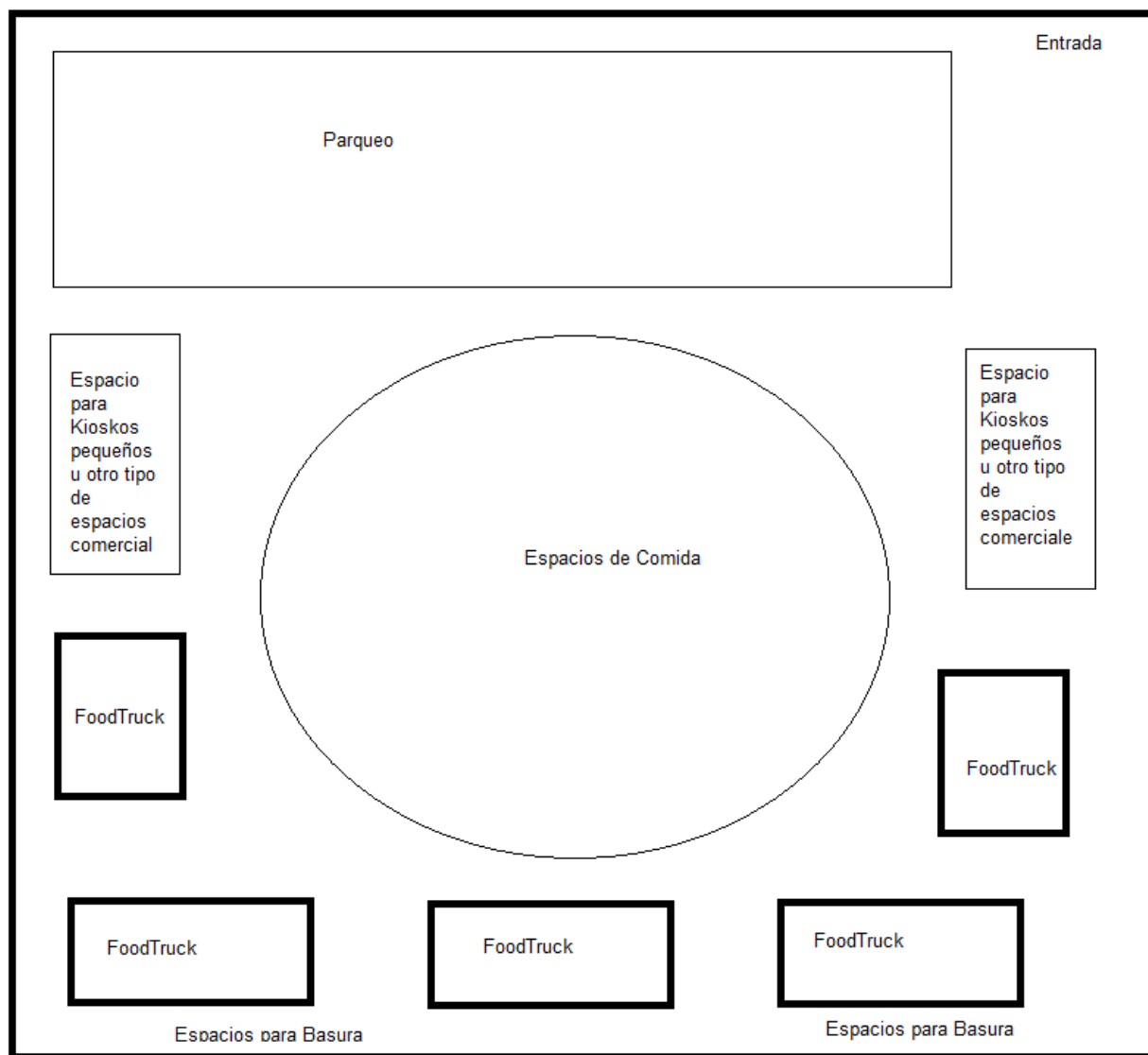


Imagen 2 *Distribución de Espacios*

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.5. Mobiliario y equipo

El costo del mobiliario es un aspecto importante dentro del estudio técnico, ya que es importante contemplar estos costos para poder operar de la mejor manera posible en el local comercial.

Es importante resaltar que, dentro de los costos de mobiliario, la compañía no estará proveyendo lo necesario para un FoodTruck, si no, el espacio para vender, los espacios para comer, decoraciones generales del lugar y lo necesario para el uso de los servicios sanitarios; los demás costos asociados directamente al FoodTruck, deben ser contemplados por los dueños.

#### **4.5.5.1. Artículos y Mobiliario del área de comidas**

Para la correcta distribución de espacios, en el local comercial espera tener:

- Silla para exteriores (rojas)
- Silla para exteriores (blancas)
- Silla para exteriores (negras)
- Silla para exteriores (celestes)
- Silla para exteriores (negras plegables)
- Silla para exteriores (Blancas tipo nido)
- Silla para exteriores (Amarillas)
- Mesa para Rectangular
- Mesa para Redondas
- Bancos para exteriores
- Bancos para exteriores (sin respaldar)
- Sillas para Niños
- Luces para Exteriores
- Calentadores externos
- Sillones de exteriores
- Mesas pequeñas para exteriores
- Parlantes

- Bandejas
- Macetas
- Fuente de Agua
- Escultura decorativa
- Antorchas decorativas
- Iluminación externa
- Mesas Altas
- Losas de cemento

#### **4.5.5.2. Mobiliario y artículos del servicio sanitario**

Los para los baños necesarios deben ser tomados en cuenta para iniciar las operaciones, por lo que se espera tener:

- Sanitarios
- Mingitorios
- Lavatorios
- Espejo
- Basureros
- Dispensador de Jabón
- Dispensador de Servilletas
- Aromatizantes
- Percheros
- Dispensador de Papel Higiénico
- Bolsas de Basura (pequeñas, uso diario)

#### **4.5.5.3. Artículos para mantenimiento**

Los artículos de mantenimiento asociados al negocio son:

- Escaleras
- Tanques de Gas
- Palo de Piso
- Escoba
- Palas
- Paños para limpiar
- Limpiadores (desinfectantes)
- Pintura
- Regadoras de macetas
- Paquetes de Papel Higiénico
- Paquetes de Tollas para secarse las manos
- Jabón líquido
- Basureros Grandes
- Bolsas de Basura grandes

#### **4.5.5.4. Mobiliario y Artículos para lugares de feria**

- Mesa Grandes (plegables)
- Silla para exteriores (negras plegables)
- Toldo

#### **4.5.6. Servicios Públicos**

Para los servicios públicos, se contará con agua potable, electricidad e internet de Fibra óptica para los comerciantes, si cada uno desea brindar wifi al público, deberá hacerlo mediante su propia inversión de internet.

En el local no cancelará alquiler, por lo que no se toma en cuenta dentro de los servicios públicos expuestos.

La tarifa de electricidad será la expuesta como Tarifa Comercial, por un consumo mayor de 0 a 3,000 kWh de 124 colones costarricenses del Instituto Nacional de Electricidad.\

Para el agua potable, se usó como base el monto por metro cubico empresarial, que ronda 33,025 colones costarricenses fija más 1,705 colones costarricenses para el bloque de más de 120.

Para el servicio de internet, se tomó como base el servicio Tigo, donde por una velocidad de 200 megas más un servicio adicional, el costo es de 55,990 colones costarricenses. Adicional, se le sumó a esto el costo de 3 cajas replicadoras de Wifi, donde el costo mensual es de 3,000 colones mensuales de alquiler.

El servicio telefónico está incluido en la tarifa de Tigo Servicios, por un monto de 10,000 colones costarricenses mensuales, que formaran parte de la factura a pagar a la entidad.

Estos montos son bases para iniciar, se debe tomar en cuenta las variaciones que puedan existir conforme al uso que se les dé a los servicios públicos, que podrían generar mayores gastos, se tomó como base el 20% de variación para contar con un colchón adicional.

Los servicios públicos ofrecidos serán:

Detalle	Costo Mensual
Internet	75,000.00
Agua Potable	60,000.00
Electricidad	200,000.00
<b>Total</b>	<b>335,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

El detalle de los costos anuales, se conocerán más adelante en el estudio financiero del proyecto, y su impacto en los siguientes años

#### **4.5.7. Seguridad**

- No se colocarán elementos de decoración u objetos que obstruyan parte de salida/entrada del local o baño ni tampoco en la entrada, esto para que en caso de un desastre natural o accidente las personas no tengan obstáculos al salir del lugar.
- Se adquirirá un extintor de incendio de tipo ABC ya que es el más eficiente, así como cada FoodTruck es responsable de tener su propio Kit de Seguridad.
- Se contratará una empresa de Seguridad Privada, que será tomado en cuenta como costo de mantenimiento y será para cancelar los rubros correspondientes a la seguridad del local.
- Se realizarán limpiezas dentro del local también, en las áreas comunes, como lo son los baños y el área de comida, para evitar cualquier tipo de contaminación.

#### **4.5.8. Venta y Servicio al cliente**

El proceso de alquiler de los espacios a los FoodTruck se hará por medio de la página de Facebook – Journey FoodTruck Garage, donde se contará con la asistencia a los empresarios que quieran formar parte del espacio.

A estos se les citará en una oficina para realizar una entrevista y conocer la oferta que brindarían al local comercial

Antes de iniciar con las operaciones, se debe prospectar a los potenciales clientes que estarían interesados en formar parte del espacio, se realizarán visitas a festivales y el uso de redes sociales, para conocer oferentes.

Se intentará buscar de parte del local, a los FoodTruck que fueron nombrados en las encuestas a las personas, ya que representan oportunidades para atraer clientes nuevos.

Se pretende tener un horario al público de:

<i>Tabla 25 Horario</i>			
Día	Hora Apertura	Cierre	En caso de evento Nocturno
Lunes	Cerrado		
Martes	11:00 AM	10:00 PM	12:00 AM
Miércoles	11:00 AM	10:00 PM	12:00 AM
Jueves	11:00 AM	10:00 PM	12:00 AM
Viernes	11:00 AM	1:00 AM	1:00 AM
Sábado	10:00 AM	1:00 AM	1:00 AM
Domingo	10:00 AM	8:00 PM	12:00 AM

Fuente: Elaboración propia

El horario podría variar conforme a los inquilinos, sin embargo, estas horas son las mínimas y máximas que pueden operar.

#### **4.5.9. Gastos mensuales**

Los gastos mensuales que se derivarían del negocio serían el mantenimiento, pago de salarios a los empleados directos, cancelación a terceros por servicios brindados (seguridad y limpieza) y servicios públicos, así como el pago del financiamiento, en caso de requerir de este.

#### **4.5.10. Diseño y Publicidad**

En el caso de la publicidad, se utilizarán redes sociales como forma de directa de llegar a los clientes, ya que se conoce que las redes sociales tienen un impacto grande en el mercado costarricense, por lo que se pretende usar estas herramientas para generar un posible flujo de clientes.

Se contará con una valla comercial en la entrada del local, donde se indique el nombre del lugar, así como vallas pequeñas con los participantes del parque y el horario al público.

#### **4.6. Estudio Administrativo**

El estudio administrativo lo que pretende es poder describir de la mejor manera la estructura de la organización que en sí el negocio debe tener para operar y así reflejar un producto de calidad y un servicio eficaz.

Deben tomarse en cuenta algunos aspectos que son de suma importancia para la elaboración de este estudio como tal, entre estos puede mencionarse los siguientes: elaboración de un organigrama, descripción del recurso humano, elaboración de un manual de puestos para definir los perfiles, y el establecimiento de los salarios.

Así, de esta forma el negocio podrá organizarse y encontrar opciones de mejoras que ayuden a brindar un producto y servicio de alta calidad que brinde confianza al cliente

##### **4.6.1. Nombre de la empresa**

La razón social de la empresa será Journey FoodTruck Garage, que es un nombre fácil de recordar y que hace alusión a la finalidad de esta, ser un garaje para camiones de comida. Se utilizan las palabras en inglés, ya que generan un mayor atractivo al público.

#### **4.6.1.1. Misión de la empresa**

Journey FoodTruck garage le brindará la oportunidad de encontrar en su locación, el lugar perfecto para salir de la rutina, conectarse con sus seres queridos, y brindarle opciones de alimentación, bajo un concepto diferente y dinámico.

#### **4.6.1.2. Visión de la empresa**

Journey FoodTruck Garage, tiene como visión, ser un punto de referencia culinario y cultural del cantón de Tibás, brindándole a los clientes, opciones diferentes de alimentación y un espacio de esparcimiento y des estrés.

#### **4.6.1.3. Valores de la empresa**

Como toda empresa, Journey FoodTruck Garage contará con valores claves, que le serán de utilidad para fomentar relaciones más duraderas con sus clientes y empresarios

- Respeto: Este valor será la base de una relación de cordialidad entre los propietarios y administradores de los FoodTruck, la administración de la empresa y los clientes.
- Libre de discriminación: Desde un enfoque de derechos humanos, el espacio comercial del Garage se declara un espacio libre de discriminación por orientación sexual e identidad de género, por religión o doctrina practicada. Todas las personas serán bienvenidas, tanto como clientes como empresarios.
- Solidaridad: La administración fomentará la solidaridad no solo de la administración, si no de los empresarios que formen parte de la empresa, así como con los clientes, generando espacios donde se pueda ayudar, con base a programas establecidos, ciertas causas de interés público.
- Crecimiento mutuo: Para ser una empresa exitosa, la administración debe tener un crecimiento con los empresarios en atracción de nuevos clientes y con la implementación

de herramientas que permitan llevar a cabo un mejor posicionamiento del garage en la mente de los consumidores.

- **Transparencia:** La administración se compromete a informar cualquier decisión que impacte el funcionamiento de los empresarios con la mayor antelación posible.

#### 4.6.2. Estructura Organizativa

Se pretende que con la estructura propuesta que se detalla en la imagen abajo, la empresa pueda dirigirse de una mejor manera, debido a que con la definición de puestos las tareas estén claras para cada funcionario y se elimine el riesgo de duplicar funciones o por el contrario dejar tareas sin hacer y cada quien se enfoque en su labor diaria.

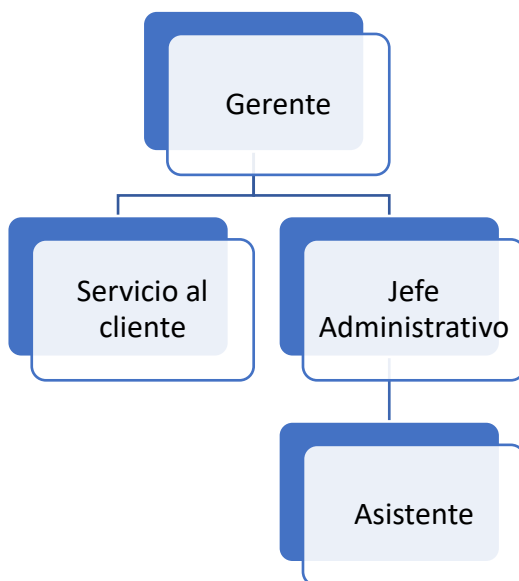


Imagen 3 *Estructura Organizacional*

Fuente: Elaboración propia

### 4.6.3. Recurso Humano

El recurso humano necesario para lograr llevar a cabo la operativa del negocio no es muy amplio a raíz de su giro, ya que los vendedores y empleados de cada FoodTruck, son aparte de la organización.

El negocio en primera instancia seguirá siendo familiar, por eso se menciona que las plazas serán ocupadas inicialmente por los mismos miembros de la familia; que, a su vez, son los dueños e inversionistas del local, dentro del círculo, las personas cuentan con la experiencia necesaria para sus funciones.

### 4.6.4. Perfil del Puesto

Tabla 26 *Perfil de puestos*

Tipo de Puesto	Número de Plazas	Funciones del Puesto
Gerente	1	-Funciones de representante legal -Implementa nuevas estrategias -Busca posibles clientes para el crecimiento constante de la cartera -Aprobación Pago de planillas -Aprobación de Inversiones
Jefe Administrativo	1	-Revisión de la contabilidad -Relación directa con los empresarios -Pago de Servicios Públicos -Pago a proveedores -Aprobación de presupuestos
Asistente Administrativo	1	-Aplicación de Contratos -Manejo de caja chica -Manejo de libros contables -Mantenimiento de documentación
Servicio al cliente	1	-Atención a clientes -Manejo de redes sociales -Revisión de publicidad

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.5. Costo del recurso humano

El definir los salarios para los respectivos puestos es fundamental para el negocio pues este rubro hace parte de los costos de la empresa y por lo tanto están dentro de una legislación que debe ser acatada por toda entidad como una obligación ante sus colaboradores.

Tabla 27 *Salarios por puestos*

Puesto	Salario Bruto	Tipo de empleado
Gerente	496,360.00	Diplomado en educación superior
Jefe Administrativo	419,292.00	Técnico en educación superior
Asistente Administrativo	297,918.00	Trabajador en Ocupación calificado - Genérico
Servicio al cliente	297,918.00	Trabajador en Ocupación calificado - Genérico

Fuente: Elaboración propia y Recuperado de [http://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/Documentos-Salarios/lista\\_salarios\\_2020.pdf](http://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/Documentos-Salarios/lista_salarios_2020.pdf)

Estos salarios se encuentran por encima de los salarios mínimos establecidos por el Ministerio de Trabajo con el fin de mejorar la calidad de vida de los empleados y de las familias que representan.

#### 4.7. Estudio Legal, normativo o regulatorio

Este estudio es uno de los más importantes, puesto que sin este la empresa o negocio no puede operar, o bien, operaría ilegalmente, debe tenerse bien claro según el negocio que se tenga, cuáles leyes lo rigen para estar alineado, según la actividad y, de esta forma, cumplir con todo lo estipulado en la ley.

Los dueños a han tomado la decisión de inscribirse como una Sociedad Anónima, porque es más factible en el momento de querer optar por algún financiamiento. Para esto, se hace necesario tener presente las normativas por cumplir, así como también detallar los costos en que el negocio debe incurrir, los cuales se detallan a continuación.

#### **4.7.1. Conformación de una Sociedad Anónima**

Se debe constituir ante un notario una escritura pública (Art. 18, Cód. de Comercio).

Para la formación de una sociedad anónima se requiere:

- Comparecencia de al menos dos socios constituyentes (Art. 104, Cód. de Comercio, inciso a).
- Que el valor de cada una de las acciones suscritas por cubrir en efectivo quede pagado cuando menos el 25% en el acto de la constitución (Art. 104, Cód. de Comercio, inciso b).
- Que en el acto de la constitución quede pagado integralmente el valor de cada acción suscrita que haya de satisfacerse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario (Art. 104, Cód. de Comercio, inciso c).
- Calidades y domicilio completos de esos socios (Arts. 83, 84 y 85 C. Notarial, art. 3 Ley 6 575 de 20/05/81 y circular N° 025-98).

Demás requisitos del Artículo 18 Cód. de Comercio

#### **4.7.2. Registro Nacional**

Como segundo paso debe inscribirse la empresa en el Registro Nacional de la siguiente manera:

- Pagar en el Banco de Costa Rica o en las agencias o sucursales los timbres o derechos de registro (Art 2 de la Ley de Aranceles del Registro Público).
- El notario presenta testimonio de escritura pública ante el Registro Nacional, con el fin de registrarla y obtener un número de identificación o cédula jurídica.

##### **4.7.2.1. Publicación**

Publicación de un extracto en el Diario Oficial La Gaceta. Bastará con el pago en las oficinas de la Imprenta Nacional e indicación del número de recibo mediante razón notarial (Art. 19 C. Comercio, circulares Nos. 014-98 y 021-98).

### **4.7.3. Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS)**

Para inscribirse a la CCSS, los dueños deben presentar:

- Original de Certificación de Personería Jurídica extendida por el Registro Nacional o por un Notario Público o certificación digital, con no más de un mes de emitida.
- Fotocopia de la Escritura de Constitución de la sociedad.
- Cédula de identidad del representante legal.
- Fotocopia de la cédula de identidad de cada trabajador. En caso de contar con trabajadores extranjeros, aportar fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro) de cada trabajador.
- Llenar el Formato de Solicitud de Inscripción o Reanudación patronal (patrono Jurídico), este debe ser firmado por el patrono o representante patronal.
- Indicar lugar o medio para notificaciones.
- Brindar un correo electrónico para la presentación de planillas en línea.
- Deseable: en caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del INS, detallar el número de póliza del INS.

### **4.7.4. Tributación**

Una vez que el negocio se encuentra debidamente inscrito en el registro, debe registrar en tributación y cumplir con la normativa correspondiente a este Ministerio.

A continuación, se muestran los requisitos correspondientes para personas jurídicas:

- Presentar original cédula vigente.
- Certificación original de personería jurídica (debe indicarse si la representación es individual o conjunta).
- Debe llenarse el formulario D140 Inscripción en el registro único tributario.

#### 4.7.4.1. Impuesto sobre la renta

El impuesto sobre la renta grava las utilidades generadas por cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo, que realicen las personas físicas o jurídicas en el territorio nacional durante el período fiscal ordinario o especial.

Son contribuyentes de este impuesto, las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que realicen en el territorio nacional actividades o negocios de carácter lucrativo, independientemente de la nacionalidad, del domicilio y del lugar de la constitución de las personas jurídicas o de la reunión de sus juntas directivas o de la celebración de los contratos de acuerdo con el artículo 2 de la Ley No. 7092 del 21 de abril de 1988 y sus reformas, y son declarantes aquellas entidades no sujetas al impuesto, indicadas en el artículo 3 de la ley citada.

*Tabla 28 Tarifas Impuesto de Renta 2019*

Ingreso Bruto	Tasa
Hasta ¢54.303.000,00	10%
Hasta ¢109.228.000,00	20%
Más de ¢109.228.000,00	30%

Fuente: Elaboración propia y Ministerio de Hacienda de Costa Rica

#### 4.7.5. Ministerio de Salud

Este permiso se obtiene cumpliendo con los requisitos para la solicitud del trámite de Permiso Sanitario de Funcionamiento por primera vez.

Los requisitos son:

Formulario de solicitud debidamente lleno (solicitud de permiso sanitario de funcionamiento)

- Declaración jurada
- Copia de uso de suelo

- Certificación de patrono al día (CCSS)
- Documento de identidad

#### **4.7.6. Patente comercial**

A continuación, el detalle de los requisitos para solicitud de Patentes Municipales para personas Jurídicas:

- Completar el Formulario solicitud de patente.
- Original de Personería Jurídica no mayor a un mes de expedida y vigente, si presenta copia debe de presentar el original al funcionario de Plataforma de Servicios el cual hará constar que es copia fiel.
- Copia del Permiso de Funcionamiento extendido por el Ministerio de Salud vigente y a nombre del que este solicitando la Licencia, o el permiso de SENASA dependiendo de la actividad comercial.
- Copia del recibo de Póliza de Riesgos de Trabajo vigente (al día) o copia de recibo de pago donde se indique la fecha de vigencia, de dicha póliza.

En este caso, el local donde se tiene previsto operar el negocio es alquilado y ya cuenta con la patente.

#### **4.7.7. Estimación de los costos asociados**

*Tabla 29 Costos asociados a la inscripción de la empresa*

Costos de timbres	Este monto se estima sobre el capital de la empresa.
Impuesto jurídico	Depende de los ingresos. El primer año es el 15% de un salario base.
Libros	Aproximadamente ¢16.000
Honorarios de abogado	¢300.000
Publicación en La Gaceta	¢23.800

Fuente: Elaboración propia

## **4.8. Estudio Ambiental**

### **4.8.1. Determinación de los elementos del proyecto que impactan el ambiente**

Un aspecto muy importante para tomar en cuenta al momento que se desea iniciar una empresa es valorar el impacto que las funciones de esta vayan a tener contra el ambiente.

Por la experiencia adquirida y el compromiso con la naturaleza, se tiene claro que el adecuado manejo de los desechos es sumamente influyente para lograr el objetivo de conservación y que el desacato a las buenas prácticas va a afectar nuestro planeta, por lo que todas las personas que operan en la empresa directa o indirectamente tienen la obligación de no solo conocer el daño que los materiales pueden producir al medio ambiente, sino también evitar omitir estas prácticas.

También se debe tener claro y buscar mitigar la contaminación sónica que la diferente maquinaria puede producir en los alrededores, clientes y a las mismas personas que operan en el negocio, por lo cual es tarea de la administración buscar la mejor solución al tema.

### **4.8.2. Mitigación de posibles impactos ambientales**

Con el fin de mitigar el impacto en el ambiente y para confirmar el compromiso de conservar nuestro planeta, el FoodTruck Garage determinó comprar bolsas plásticas de material reciclado y al mismo tiempo apoyar a aquellas empresas que ayudan a conservar el mundo en que vivimos; de igual manera utilizar productos amigables con el ambiente.

Por otro lado, se reafirma la práctica llevada hasta ahora de reciclar todo material que aplique, como plástico, papel, cartón, entre otros posibles, y para esto se cuenta con la iniciativa y apoyo de la Municipalidad de Tibás, la cual tiene implementado un plan ambiental robusto, participante también del programa de ecolones.



Imagen 4 Reciclaje

Fuente: Municipalidad de Tibás

### **4.8.3. Estimación de los costos asociados a la gestión de impacto ambiental del proyecto**

No se ligan gastos por implementación porque las acciones enfocadas a mitigar el impacto en el medio ambiente son de buenas prácticas, y la compra de materiales amigables con el planeta va en los costos producción, para trasladar el material reciclado no se debe realizar ningún pago.

## **4.9. Estudio Económico**

### **4.9.1. Identificación y análisis de las variables macroeconómicas que afectan el proyecto**

Para el análisis sobre las variables macroeconómicas que pueden llegar a afectar directa o indirectamente el proyecto, se debe referir a lo propuesto por el Banco Central de Costa Rica en el Programa Macroeconómico 2019-2020, donde cada indicador es determinante para este estudio sobre viabilidad de apertura de un nuevo negocio y una posible inversión para su implementación.

#### **4.9.1.1. PIB**

En relación con el PIB (Producto Interno Bruto), según lo indicado por el programa para el año 2018 se procesionó en 2.6% (1.2% menos que el 2017), para el primer semestre del 2019 estuvo en 1.8% (1.4% menos que el mismo periodo del 2018). Esto se debe en parte a la implementación del IVA en el país, que generó incertidumbre en el ámbito empresarial, deteniendo el crecimiento empresarial, sin embargo, para el 2020, se espera que el indicador aumente y con esto, la actividad empresarial también.

#### **4.9.1.2. Inflación**

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país en un determinado periodo y Costa Rica no escapa de este factor y como se muestra en la gráfica durante los últimos seis meses ha venido en aumento, lo cual demuestra que el costo por adquirir y producir es mayor, esto indudablemente afecta a los productores en general, quienes

deben subir los precios y por ende el consumidor se ve afectado porque con el mismo ingreso podrá comprar menos.

Los últimos indicadores posicionan la inflación en 1.5% al finalizar el 2019, tomando como base el comportamiento que ha tenido este indicador durante el año.

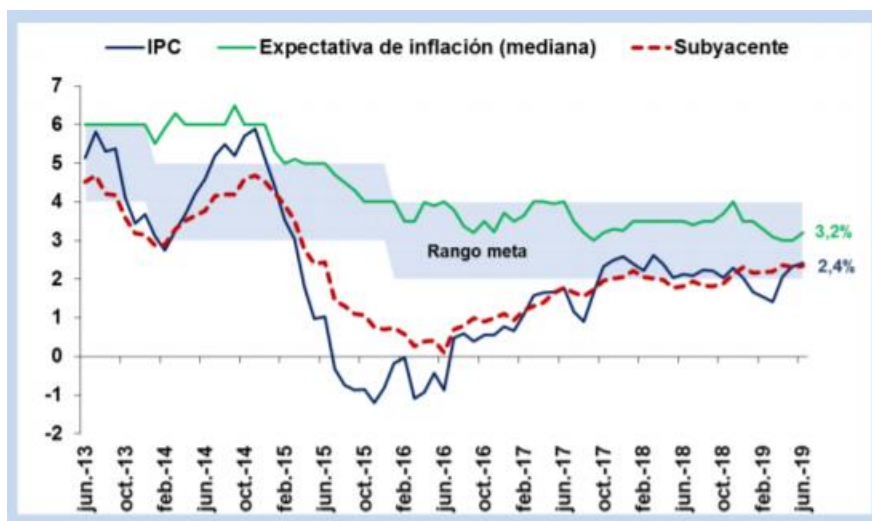


Imagen 5 *Comportamiento Inflación*

Fuente: Programa macroeconómico BCCR 2019-2020

#### 4.9.1.3. Tipos de Cambio

En relación con este indicador, es importante resaltar que los ingresos se realizarán en dólares americanos, por lo que la negociación de divisas es importante para los dueños, tanto para el pago de operaciones, como para la recepción de fondos de los empresarios.

Actualmente el tipo de cambio del Banco Central de Costa Rica presenta los siguientes valores, compra  $\text{¢}565.59$  y la venta  $\text{¢}572.08$  (consultado el 10 de Dic del 2019).



Imagen 6 *Comportamiento Tipo de Cambio*

Fuente: Programa macroeconómico BCCR

En el cuadro adjunto, vemos el comportamiento del tipo de cambio durante el 2017, 2018 y el primer semestre del 2019, revisados en el programa macroeconómico, el indicador se ha mantenido estable, con una variación de  $\pm 10$  CRC, lo que es un aliciente para la administración, realizar los cobros en USD.



Imagen 7 *Histórico Tipo d Cambio*

Fuente: XE Exchange Rate, Recuperado de <https://www.xe.com/es/currencycharts/?from=CRC&to=USD&view=1Y>

#### 4.9.1.4. Tasas de Interés

El valor de esta variable actualmente es la Tasa Básica Pasiva 5,65% (consultado el 01 de Dic 2019), es de mucha atención al momento de elegir un plan de inversión que se haga de los ingresos de la empresa, ya que esto puede llegar a afectar de cierta forma las finanzas, por esta razón se recomienda realizar inversiones a plazos no muy extensos para evitar pérdidas significativas.

En relación con la decisión de optar por un crédito es importante adquirir estos a tasas fijas el mayor tiempo posible y de esta manera mantener unas finanzas más estables, pues ante variaciones muy al alza ocasiona que se deba realizar un mayor pago de las cuotas con el paso del tiempo.

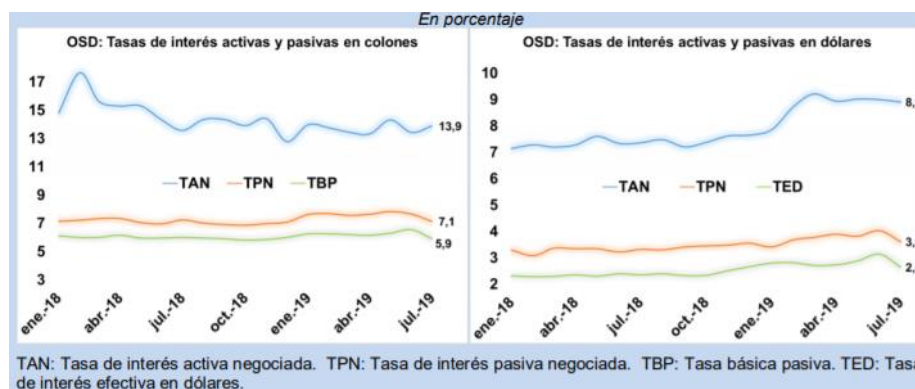


Imagen 8 Tasas de Interés

Fuente: Programa macroeconómico BCCR

### 4.10. Estudio Financiero

Este apartado tiene como fin mostrar de manera cuantitativa todos los resultados obtenidos en los estudios anteriores (mercado, organizacional, legal, técnico, económico) y que llevará a respaldar la decisión final sobre la viabilidad o no de la apertura del negocio deseado.

A continuación, se describe de forma más detallada cada uno de los apartados que conforman el estudio financiero y, de esta manera, visualizar cómo se componen estos.

#### 4.10.1. Determinación de la inversión inicial

Se estima que para la adecuada operación del negocio Journey FoodTruck Garage, se deberá contar con una disponibilidad de recurso de efectivo de ¢14.000.000, este se distribuirá de la siguiente forma:

Tabla 30 *Inversión Inicial*

Detalle	Monto
Mobiliario para el área de comida	5,185,000.00
Mobiliario y artículos servicios sanitarios	821,200.00
Mobiliario y artículos de mantenimiento	541,500.00
Costo Construcción servicio	4,000,000.00
Construcción Lugares Feria	424,000.00
Constitución de la Sociedad	407,330.00
Acondicionamiento lugar	3,500,000.00
Capital de Trabajo	120,970.00
<b>Total</b>	<b>15,000,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

La determinación de este rubro se basa en los cálculos realizados sobre la necesidad de los recursos relacionados con los activos que componen el local comercial, así como del efectivo requerido, el cual permitirá cancelar el costo de la constitución de la empresa como tal, y la operación comercial inicial de forma adecuada.

Se valora la posibilidad que del total requerido los socios aporten ¢7.000.000, esto sería capital propio de los dueños, producto de su ingresos y ahorros personales y que los restantes ¢8.000.000 se reciban por medio de financiamiento con la cooperativa Coopeservidores a una tasa del 19.25% y a un plazo de cinco años.

#### 4.10.2. Determinación de los ingresos

Es importante recalcar que Journey FoodTruck Garage, no estará participando como vendedor en el local comercial, si no, proveerá a los empresarios el lugar de alquiler de este, contará con el acomodo y decoración correspondiente para que los camiones puedan operar.

Dentro de los ingresos, el precio de venta que se debe tomar sería el precio de alquileres que se les cobrara a los empresarios por el lugar, el mismo fue definido como parte de la estrategia de precios que manejan locales similares, contemplando las amenidades brindadas a los comerciantes.

En el siguiente cuadro, se indican los precios ofrecidos a los empresarios que decidan formar parte del local comercial, ofreciendo sus productos al público y utilizando las amenidades ofrecidas por la administración.

Tabla 31 *Precios*

Detalle	Cantidad Disponible	Precio Unitario	Ingreso Mensual	Mantenimiento	Ingreso mensual por mantenimiento
Espacio FoodTruck Garage	5	1,400.00	7,000.00	100.00	500.00
Espacio Feria	12	50.00	600.00	-	-
Espacio comercial	8	500.00	4,000.00	50.00	400.00
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>1,950.00</b>	<b>11,600.00</b>	<b>150.00</b>	<b>900.00</b>

Fuente: Elaboración propia, montos en Dólares Americanos.

Ahora bien, se estima que los espacios alquilados, alcancen como mínimo un 75% del 100% de la capacidad comercial para obtener las ganancias mínimas deseadas, con lo que el cuadro a continuación muestra de manera neta el ingreso por ventas que habría de forma mensual y anual durante el primer año. Los datos mostrados a continuación, se hacen en dólares americanos, el tipo de cambio de referencia para efectos del flujo de caja es de 570 colones por cada dólar.

Tabla 32 *Estimación de Alquileres*

Detalle	Mensual	Anual
Ingreso por alquiler estimado	11,600.00	139,200.00
% de Colocación	75%	75%
Ingreso por alquiler	8,700.00	104,400.00

Fuente: Creación propia

Según la revisión del plan macroeconómico del banco central para el 2018-2019, último disponible, y el informe de Coyuntura Mensual económica a Octubre 2019, la variación interanual de alquileres ha tenido un aumento del 7% con respecto a los salarios (de Oct 2018 a Oct 2019) y en la industria de alquiler (alojamiento) una variación positiva del 2.3%.

	Agricultura, silvicultura y pesca	Minas y canteras	Manufactura	Electricidad, agua y saneamiento	Construcción	Comercio y reparación de vehículos	Transporte y almacenamiento	Alojamiento y servicios de comida	Información y comunicaciones	Intermediación financiera y seguros	Actividades inmobiliarias	Actividades profesionales, científicas, técnicas, administrativas y servicios de apoyo	Administración pública y seguridad social	Enseñanza, salud humana y asistencia social	Otras actividades *	IMAE (TC)
Ene-17	3,1	-3,1	3,0	-0,3	4,6	3,7	4,5	1,3	4,3	9,6	2,7	6,7	1,7	3,3	5,5	3,7
Feb	3,1	-6,9	2,9	-0,8	3,1	3,6	4,4	1,2	4,9	9,2	2,6	6,1	2,1	3,2	5,2	3,6
Mar	3,4	-10,9	3,0	-1,0	4,2	3,5	4,3	1,3	5,4	9,0	2,5	6,3	2,3	3,1	4,8	3,6
Abr	3,9	-13,6	3,1	-0,7	5,2	3,5	4,2	1,4	5,8	8,8	2,5	6,4	2,4	3,1	4,7	3,6
May	4,2	-14,1	3,3	-0,2	2,6	3,3	4,3	1,4	6,1	8,5	2,5	6,9	2,5	3,1	4,7	3,5
Jun	4,5	-12,8	3,4	0,5	-4,2	3,1	4,4	1,2	6,4	8,1	2,6	7,1	2,5	3,1	4,6	3,5
Jul	4,6	-9,6	3,6	1,2	-10,7	3,0	4,4	1,1	6,8	7,6	2,6	6,8	2,7	3,2	4,5	3,2
Ago	4,5	-6,7	3,6	1,6	-14,5	3,0	4,5	1,3	7,1	7,0	2,6	6,3	2,9	3,3	4,3	2,9
Set	4,1	-5,9	3,6	2,2	-14,4	2,9	4,6	1,7	7,3	6,4	2,2	5,3	3,1	3,5	4,1	2,8
Oct	3,6	-5,8	3,5	2,2	-11,4	2,8	4,6	2,4	7,4	5,8	1,9	4,0	3,3	3,5	4,1	2,8
Nov	3,2	-5,0	3,4	2,1	-7,6	2,7	4,3	3,2	7,4	5,2	1,8	3,1	3,2	3,5	4,3	2,8
Dic	3,1	-3,3	3,4	1,8	-5,1	2,6	3,8	3,8	7,3	4,6	1,8	3,2	3,0	3,4	4,4	2,9
Ene-18	3,0	-1,4	3,2	1,6	-3,5	2,4	3,1	4,1	7,1	4,0	1,8	3,9	2,8	3,3	4,5	2,9
Feb	3,1	0,9	3,1	1,4	-2,1	2,3	2,9	4,0	7,0	3,5	1,9	3,7	2,5	3,4	4,7	3,0
Mar	3,0	4,0	2,9	1,4	-0,2	2,1	2,9	3,6	6,8	3,1	2,2	3,4	2,4	3,5	4,8	3,1
Abr	2,8	6,2	2,7	1,4	2,8	1,8	2,7	3,3	6,8	3,0	2,5	3,6	2,4	3,7	4,8	3,1
May	2,5	11,6	2,6	1,4	7,8	1,6	2,5	2,9	6,8	3,2	2,7	3,3	2,3	3,7	4,8	3,1
Jun	2,1	11,7	2,3	1,3	13,6	1,4	2,3	2,6	6,9	3,6	2,8	2,7	2,1	3,2	4,7	3,1
Jul	1,5	7,9	2,1	1,0	17,5	1,1	2,2	2,5	6,9	4,1	2,8	2,6	1,7	2,1	4,6	2,9
Ago	0,7	3,6	2,1	0,7	17,9	0,7	2,0	2,4	6,7	4,6	2,8	2,9	1,2	0,4	4,5	2,7
Set	0,2	0,6	2,0	0,5	14,1	0,3	1,7	2,2	6,4	5,1	3,1	3,5	0,8	-1,4	4,4	2,4
Oct	-0,1	-1,4	2,0	0,7	7,7	0,0	1,5	2,1	6,0	5,5	3,4	4,4	0,6	-2,3	4,3	2,1
Nov	-0,2	-2,2	1,9	1,1	1,9	-0,2	1,4	2,1	5,7	5,9	3,7	4,6	0,6	-1,6	4,0	1,9
Dic	-0,2	-2,1	1,9	1,9	-1,1	-0,3	1,3	2,1	5,5	6,0	3,8	4,2	0,7	-0,3	3,7	1,8
Ene-19	-0,2	-2,3	2,1	2,7	-2,3	-0,3	1,3	2,0	5,5	5,9	3,9	3,9	0,7	1,3	3,3	1,8
Feb	-0,4	-3,2	2,2	3,3	-3,7	-0,4	1,4	1,9	5,8	5,4	3,9	4,2	0,4	2,3	2,9	1,7
Mar	-0,8	-4,2	2,3	3,4	-7,2	-0,5	1,4	1,9	6,1	4,6	3,7	4,3	0,1	2,5	2,7	1,5
Abr	-1,1	-5,6	2,6	3,1	-12,1	-0,5	1,4	2,0	6,5	3,7	3,3	4,0	-0,2	2,3	2,6	1,4
May	-1,1	-7,3	2,7	2,4	-16,5	-0,5	1,2	2,3	6,8	2,9	3,2	3,5	-0,3	2,3	2,6	1,3
Jun	-1,0	-7,9	2,8	1,7	-18,1	-0,5	1,1	2,7	7,0	2,3	3,3	3,4	-0,2	3,0	2,5	1,3
Jul	-0,4	-7,0	2,9	1,2	-17,3	-0,4	1,0	2,7	7,2	2,1	3,6	3,5	0,2	4,5	2,5	1,5
Ago	0,4	-5,7	2,9	1,0	-15,4	-0,2	1,1	2,6	7,4	2,2	3,7	3,6	0,7	6,6	2,5	1,9
Set	0,9	-4,4	2,9	1,0	-13,9	0,0	1,2	2,4	7,5	2,3	3,8	3,7	0,9	8,8	2,7	2,3
Oct	1,2	-3,5	3,0	1,1	-12,7	0,2	1,3	2,3	7,5	2,4	3,8	3,8	1,0	10,0	2,8	2,5

1/ "Otras Actividades" incluyen: actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas, otros servicios, hogares como empleadores; no diferenciadas de los hogares como productos de bienes y servicios para uso propio y, de organizaciones y órganos extraterritoriales.

## Imagen 9 *Industria alquiler*

Fuente: Informe Mensual Coyuntura Económica Costa Rica

		COTIZANTES			Variación interanual (%)		
		2018		2019	2018		2019
		Oct 2018	Dic 2018	Oct 2019	Oct 2018	Dic 2018	Oct 2019
	Total	980.147	981.113	981.375	1,3	0,6	0,1
	Comercio reparac vehíc autom y enser domésticos	189.462	192.730	186.595	-0,5	-1,6	-1,5
	Manufactura	142.643	144.457	141.848	0,8	1,0	-0,6
	Agricultura ganadería caza y silvicultura	102.943	103.414	100.333	-1,8	-1,3	-2,5
	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	202.935	205.374	217.350	4,4	4,9	7,1
Empresa privada	Construcción	63.947	56.483	53.045	1,5	-2,5	-17,0
	Transporte almacenamiento y comunicaciones	52.983	52.691	51.931	2,7	1,8	-2,0
	Hoteles y restaurantes	58.278	61.900	60.445	2,0	2,5	3,7
	Intermediación financiera	25.588	25.395	25.735	-1,2	-1,5	0,6
	Servicios sociales y de salud	22.344	22.259	23.399	4,6	4,2	4,7
	Electricidad gas y agua	3.751	3.736	3.863	3,4	3,1	3,0
	Resto	115.273	112.674	116.831	1,2	-1,9	1,4
	Cuenta propia	394.780	394.130	397.914	0,6	0,5	0,8
	Instituciones autónomas	173.493	174.345	178.000	0,6	1,7	2,6
	Gobierno	143.205	142.389	147.080	1,7	1,3	2,7
	Convenios especiales	62.699	61.848	60.558	-5,7	-5,5	-3,4
	Servicio doméstico	18.306	18.172	18.926	12,2	9,6	3,4
	Total	1.772.630	1.771.997	1.783.853	1,0	0,6	0,6
	Total sin cuenta propia	1.377.850	1.377.867	1.385.939	1,0	0,6	0,6

### Imagen 10 Comportamiento cotizaciones

Fuente: Informe Mensual Coyuntura Económica

Esta información es clave para definir la proyección tanto de ocupación de los espacios comerciales, como del costo de estos.

Para efectos de este proyecto, la ocupación mínima se ubicará en el 75% de los espacios comerciales, con un aumento en el precio de 2.25% por periodo.

Tabla 33 Estimación de Alquileres

Ingreso por alquiler	Ingreso Anual	% Incremento Anual	% de Ingreso por Alquiler	Ingreso total	Colonizado
Año 1	139,200.00	0%	75%	104,400.00	59,508,000.00
Año 2	142,332.00	2.25%	75%	106,749.00	60,846,930.00
Año 3	145,534.47	2.25%	75%	109,150.85	62,215,985.93
Año 4	148,809.00	2.25%	75%	111,606.75	63,615,845.61
Año 5	152,157.20	2.25%	75%	114,117.90	65,047,202.13

Fuente: Elaboración propia

#### 4.10.3. Determinación de los egresos

Los egresos del local comercial se resumen en los siguientes apartados, los cuales se explican detalladamente a continuación:

#### 4.10.3.1. Compra de mobiliario

El primer rubro, y uno de los más importantes para este negocio, es el costo de mobiliario, El mobiliario, como ya se indicó antes, constituye la primera fase del local y puesta en marcha del FoodTruck Garage. El costo de este es una inversión única, por lo que no se contará con este rubro de gasto todos los años, dentro de la propuesta se hablará sobre cómo se debe manejar el cambio de mobiliario según las recomendaciones de dueños de este tipo de negocios.

Tabla 34 *Mobiliario para el área de comida*

Detalle	Cantidad	Costo	
		Unitario	Total
Toldos	4	100,000.00	400,000.00
Silla para exteriores (rojas)	20	14,000.00	280,000.00
Silla para exteriores (blancas)	20	14,000.00	280,000.00
Silla para exteriores (negras)	15	14,000.00	210,000.00
Silla para exteriores (celestes)	10	15,000.00	150,000.00
Silla para exteriores (negras plegables)	15	11,000.00	165,000.00
Silla para exteriores (Blancas tipo nido)	10	16,000.00	160,000.00
Silla para exteriores (Amarillas)	10	14,000.00	140,000.00
Mesa para Rectangular	10	35,000.00	350,000.00
Mesa para Redondas	10	30,000.00	300,000.00
Bancos para exteriores	10	8,000.00	80,000.00
Bancos para exteriores (sin respaldar)	10	10,000.00	100,000.00
Sillas para Niños	5	15,000.00	75,000.00
Luces para Exteriores	10	23,000.00	230,000.00
Calentadores externos	4	25,000.00	100,000.00
Sillones de exteriores	6	30,000.00	180,000.00
Mesas pequeñas para exteriores	3	20,000.00	60,000.00
Parlantes	10	100,000.00	1,000,000.00
Bandejas	100	1,500.00	150,000.00
Macetas	10	2,500.00	25,000.00
Fuente de Agua	1	40,000.00	40,000.00
Escultura decorativa	4	50,000.00	200,000.00
Antorchas decorativas	15	5,000.00	75,000.00
Iluminación externa	5	7,000.00	35,000.00

Mesas Altas	5	20,000.00	100,000.00
Losas de cemento	30	10,000.00	300,000.00
Total			5,185,000.00

**Fuente: Creación propia.**

Así mismo, dentro del mobiliario del local, se debe tomar en cuenta también los costos de los artículos de mantenimiento, estos si requieren una inversión mensual, por lo que para los artículos que aplica, se muestra el monto anualizado del gasto.

Tabla 35 *Mobiliario y artículos de mantenimiento*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total	Anual
Escaleras	1	33,000.00	33,000.00	33,000.00
Tanques de Gas	4	15,000.00	60,000.00	720,000.00
Palo de Piso	3	2,000.00	6,000.00	6,000.00
Escoba	3	2,000.00	6,000.00	6,000.00
Palas	3	2,000.00	6,000.00	6,000.00
Paños para limpiar	10	1,000.00	10,000.00	10,000.00
Limpiadores (desinfectantes)	20	2,500.00	50,000.00	50,000.00
Pintura	4	20,000.00	80,000.00	80,000.00
Regadoras de macetas	2	3,000.00	6,000.00	6,000.00
Paquetes de Papel Higiénico	10	6,000.00	60,000.00	720,000.00
Paquetes de Tollas para secarse las manos	3	8,000.00	24,000.00	288,000.00
Jabón liquido	10	2,000.00	20,000.00	240,000.00
Basureros Grandes	5	28,000.00	140,000.00	140,000.00
Bolsas de Basura grandes	90	450.00	40,500.00	486,000.00
Total			541,500.00	2,791,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tomando como base la inflación expuesta en el estudio económico, si el comportamiento de la misma se mantiene dentro del rango 3% - 1.5%, se debe contemplar este incremento para los futuros años, especialmente para aquellos artículos que la empresa deba cancelar de forma anual, en el siguiente cuadro se muestra este incremento, se utiliza un promedio de inflación  $(3\%+1.5\%)/2$ , para realizar el cálculo.

*Tabla 36 Incremento Inflación*

Año	% Inflación	Costo Anual
Año 1	0	2,454,000.00
Año 2	2.25%	2,509,215.00
Año 3	2.25%	2,565,672.34
Año 4	2.25%	2,623,399.97
Año 5	2.25%	2,682,426.46

Fuente: Creación propia.

#### **4.10.3.2. Construcción servicio sanitario**

Otro egreso importante para este negocio es la construcción de un servicio sanitario para hombres y mujeres.

Para la construcción, se contratará a un agente externo, con experiencia en este tipo de construcciones, dentro de la negociación, este contratista se encargará de los materiales y mano de obra requerida, por lo que la empresa no debe contar con los gastos incurridos en esos rubros, si no, solo el pago del principal. Este rubro se mostrará en el pago a proveedores.

Los artículos de uso en los servicios, los sanitarios, mingitorios, lavatorios y demás artículos, si serán comprados por los dueños, en algunos artículos se debe hacer una inversión anual, y en otros no, por lo que el siguiente cuadro se detallan los artículos y su respectivo costo

Tabla 37 *Costo artículos servicios sanitarios*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Sanitarios	5	65,000.00	325,000.00
Orinales	3	70,000.00	210,000.00
Lavatorios	6	18,000.00	108,000.00
Espejo	4	5,000.00	20,000.00
Basureros	8	6,000.00	48,000.00
Dispensador de Jabón	6	3,500.00	21,000.00
Dispensador de Servilletas	2	8,000.00	16,000.00
Aromatizantes	6	3,500.00	21,000.00
Percheros	6	2,000.00	12,000.00
Dispensador de Papel Higiénico	8	3,000.00	24,000.00
Bolsas de Basura (pequeñas, uso diario)	270	60.00	16,200.00
<b>Total</b>			<b>821,200.00</b>

Al igual que los costos de mantenimiento, los siguientes artículos se deben contemplar dentro de los costos mensuales, ya que su inversión en el primer mes se debe repetir siempre.

Tabla 38 *Costo artículos servicios sanitarios - Anuales*

Detalle	Costo Anual
Aromatizantes	252,000.00
Bolsas de Basura (pequeñas, uso diario)	194,400.00
<b>Total</b>	<b>446,400.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Al ser artículos de uso mensual, se debe tomar en cuenta también el incremento en la inflación y su impacto en los números anuales, por lo que se muestra el cambio en el siguiente cuadro.

Tabla 39 *Incremento Inflación Productos anuales*

Año	% Inflación	Costo Anual
Año 1	0	446,400.00
Año 2	2.25%	456,444.00
Año 3	2.25%	466,713.99
Año 4	2.25%	477,215.05
Año 5	2.25%	487,952.39

Fuente: Elaboración propia

#### 4.10.3.3. Pago a proveedores

Como se explicó anteriormente, el local Journey FoodTruck Garage no produce ni comercializa productos por su cuenta, con base en el estudio técnico realizado, se requiere el asesoramiento en áreas donde el recurso humano definido de la empresa no es experto, se definieron los siguientes proveedores de servicios, divididos en dos categorías, los que corresponden a pagos mensuales y los que corresponden a un pago único

##### 4.10.3.3.1. Pagos mensuales

Los siguientes proveedores corresponden a aquellos en los que los dueños van a contratar para servicios específicos que estén fuera de su recurso humano, por lo que, con el fin de disminuir la carga social asociada al recurso necesario, se tercerizaran los servicios con empresas proveedoras del mismo

Tabla 40 *Proveedores de Servicios Mensuales*

Nombre	Servicio	Costo Mensual	Anualizado
K9 Seguridad	Servicios de seguridad y monitoreo	700,000.00	8,400,000.00
REM Soluciones	Limpieza y mantenimiento	400,000.00	4,800,000.00
Total		1,100,000.00	13,200,000.00

Fuente: Elaboración propia

#### 4.10.3.3.2. Pago Único

Continuando con los proveedores, se determinó que es importante para el local, contar con un servicio sanitario que cumpla con los requisitos de ley, por lo que se determinó que es necesario la contratación de un proveedor que cuente con la experiencia y conocimiento de los requisitos de ley para la construcción de los mismos, así como el acondicionamiento del terreno para el local comercial.

Tabla 41 *Proveedores de Servicios - Pago Único*

Nombre	Servicio	Costo
Contratista: Geovanny Matute	Construcción de servicio sanitario	4,000,000.00
	Acondicionamiento Lugar - Suelos y construcciones varias (cercas)	3,500,000.00
Total	-	7,500,000.00

Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar que los materiales de la construcción del servicio sanitario están incluidos dentro del monto a cancelar al contratista, por lo que no se tomaron en cuenta dentro de la compra de materiales de la empresa; para el acondicionamiento, se proveyeron al contratista, las losas de concreto para ser colocadas en el suelo, los materiales a utilizar, se cancelaron dentro el monto pagado al contratista para las demás construcciones contempladas.

Al igual que los demás costos, los incurridos para el pago de estos proveedores, deben contemplarse dentro de los posibles cambios que genere la inflación en la económica nacional, que afecta directamente el bolsillo de los dueños.

*Tabla 42 Incremento Inflación*

Año	% Inflación	Costo Anual
Año 1	0	13,200,000.00
Año 2	2.25%	13,497,000.00
Año 3	2.25%	13,800,682.50
Año 4	2.25%	14,111,197.86
Año 5	2.25%	14,428,699.81

Fuente: Elaboración propia

#### 4.10.3.4. Salarios

Con base en los datos proporcionados en la sección de Recurso Humano del Estudio Técnico, a continuación, se detallan los rubros que componen el porcentaje de las cargas sociales, estas buscan en primera instancia cumplir con el aspecto legal regulatorio, así como mantener las reservas de dinero necesarias para subsanar las responsabilidades patronales.

Se consultó en primera instancia, las cargas aplicables en Costa Rica, disponibles en la página web de la Casa Costarricense del Seguro Social, las cuales se detallan a continuación:

Caja Costarricense de Seguro Social		
Concepto	Patrono	Trabajador
SEM	9,25%	5,50%
IVM	5,08%	3,84%
<b>TOTAL CCSS</b>	<b>14,33%</b>	<b>9,34%</b>
Recaudación Otras Instituciones		
Institución	Patrono	Trabajador
Cuota Patronal Banco Popular	0,25%	-
Asignaciones Familiares	5,00%	-
IMAS	0,50%	-
INA	1,50%	-
<b>TOTAL OTRAS INSTITUCIONES</b>	<b>7,25%</b>	<b>-</b>
Ley de Protección al Trabajador (LPT)		
Concepto	Patrono	Trabajador
Aporte Patrono Banco Popular	0,25%	-
Fondo de Capitalización Laboral	3,00%	-
Fondo de Pensiones Complementarias	0,50%	-
Aporte Trabajador Banco Popular	-	1,00%
INS	1,00%	-
<b>TOTAL LPT</b>	<b>4,75%</b>	<b>1,00%</b>
<b>Total</b>		
	Patrono	Trabajador
<b>PORCENTAJES TOTALES</b>	<b>26,33%</b>	<b>10,34%</b>

### Imagen 11 Cargas Sociales

Recuperado de <https://www.ccss.sa.cr/calculadora>

Después de consultada la calculadora salarial de la Caja Costarricense de Seguro Social, los costos por salarios se detallan a continuación:

Tabla 43 *Salarios por puestos*

Puesto	Salario Neto Mensual	Cargas Sociales - Patrono	Cargas Sociales Empleado	Costo por empleado	Salario Bruto Empleado
Gerente	400,000.00	116,210.09	41,360.00	516,210.09	441,360.00
Jefe Administrativo	350,000.00	101,683.83	36,190.00	451,683.83	386,190.00
Asistente Administrativo	250,000.00	72,631.31	25,850.00	322,631.31	275,850.00
Servicio al cliente	250,000.00	72,631.31	25,850.00	322,631.31	275,850.00
Totales	1,250,000.00	363,156.53	129,250.00	1,613,156.53	1,379,250.00

Fuente: Elaboración propia

Otro rubro que debe tomarse en cuenta es el costo de seguro para los empleados, el utilizado es el del INS (Instituto Costarricense de Seguro, 13,20) que asegura al empleado por 13.20 veces su salario mensual bruto. El costo mensual del seguro es asumido por la empresa, abajo se muestran los montos asegurados:

Tabla 44 *Póliza de riesgo*

Puesto	Salario Bruto Empleado	Póliza 13,20 Anual	Estimación Mensual
Gerente	441,360.00	5,825,952.00	2,136.18
Jefe Administrativo	386,190.00	5,097,708.00	1,869.16
Asistente Administrativo	275,850.00	3,641,220.00	1,335.11
Servicio al cliente	275,850.00	3,641,220.00	1,335.11
Totales	1,379,250.00	18,206,100.00	6,675.57

Fuente: Elaboración propia

Es importante también, contar con las provisiones recomendadas de forma mensual correspondiente a cesantía, aguinaldo y vacaciones, que, conforme a la ley laboral del país, deben ser pagadas y honradas a todos los empleados.

- Provisión de vacaciones: 4.17% del salario bruto mensual del empleado
- Provisión de Aguinaldo: 8.33% del salario bruto mensual del empleado
- Provisión de Cesantía: 8.33% del salario bruto mensual del empleado
- Pago de la póliza mensual de riesgos de trabajo, según empleado y monto asegurado.

A continuación, se muestra el total de gastos salariales:

Tabla 45 *Costos por Salario*

Puesto	Salario Bruto Empleado	Cargas Sociales - Patrono	Aguinaldo	Vacaciones	Cesantía	Póliza Mensual	Total
Gerente	441,360.00	116,210.09	36,765.29	18,404.71	36,765.29	2,136.18	651,641.56
Jefe Administrativo	386,190.00	101,683.83	32,169.63	16,104.12	32,169.63	1,869.16	570,186.36
Asistente Administrativo	275,850.00	72,631.31	22,978.31	11,502.95	22,978.31	1,335.11	407,275.97
Servicio al cliente	275,850.00	72,631.31	22,978.31	11,502.95	22,978.31	1,335.11	407,275.97
Totales	1,379,250.00	363,156.53	114,891.53	57,514.73	114,891.53	6,675.57	2,036,379.87

Fuente: Elaboración propia

Debido a los datos proporcionados anteriormente en relación con el comportamiento esperado de la inflación, la cual afecta el costo de vida y el poder adquisitivo de las personas, y en busca de solventar este inevitable evento se proyectan aumentos salariales a partir del segundo año de operación del 2.5% posicionando el costo por año de la siguiente forma:

Tabla 46 *Costo Salario*

Año	% Inflación	Monto Mensual	Anual
Año 1	0%	2,036,379.87	24,436,558.44
Año 2	2.50%	2,087,289.37	25,047,472.40
Año 3	2.50%	2,139,471.60	25,673,659.21
Año 4	2.50%	2,192,958.39	26,315,500.69
Año 5	2.50%	2,247,782.35	26,973,388.21

Fuente: Creación propia

#### 4.10.3.5. Servicios públicos e impuestos

Como se definió en el estudio técnico, los servicios públicos significan una parte importante de los costos fijos del proyecto, también se indicó anteriormente que el local comercial no debe cancelar alquiler, por lo que no se enlistará un rubro para esto.

Se tomarán en cuenta solo los costos asociados a electricidad, agua potable e internet de banda ancha.

Los costos serán:

*Tabla 47 Costos Servicios Públicos*

Detalle	Costo Mensual	% Variable a tomar en cuenta	Adicional Mensual Aproximado	Costo Anual
Internet	75,000.00	20%	15,000.00	1,080,000.00
Agua Potable	60,000.00	20%	12,000.00	864,000.00
Electricidad	200,000.00	20%	40,000.00	2,880,000.00
<b>Total</b>	<b>335,000.00</b>		<b>67,000.00</b>	<b>4,824,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia – Montos en Colones Costarricenses

Continuando con lo expuesto anteriormente sobre el comportamiento de la inflación, es importante tomar en cuenta este rubro también y el costo que significaría para las finanzas de la empresa, por lo que a continuación se muestra el aumento anual de dicho costo.

Tabla 48 *Costo Servicios Públicos Anualizados*

Año	% Inflación	Monto
Año 1	0.00%	2,880,000.00
Año 2	2.50%	2,952,000.00
Año 3	2.50%	3,025,800.00
Año 4	2.50%	3,101,445.00
Año 5	2.50%	3,178,981.13

Fuente: Elaboración propia

También, según se detalló, a partir de su inscripción la empresa está sujeta al impuesto a las sociedades anónimas, el cual asciende a 66.930 colones el primer año y a partir del segundo a 133.8600 colones anuales, según la tabla del ministerio de hacienda para el periodo del 2019.

Tabla 49 *Rango Impuesto a sociedades*

Detalle	Porcentaje	Salario Base	Monto
Sociedades en trámite de inscripción	15%	446,200.00	66,930.00
Sociedades son ingresos brutos menores a 120 salarios base	25%	446,200.00	111,550.00
Sociedades son ingresos brutos mayores a 120 pero menores a 280 salarios base	30%	446,200.00	133,860.00
Sociedades son ingresos brutos mayores a 280 salarios base	50%	446,200.00	223,100.00

Fuente: Elaboración propia y Ministerio de Hacienda, Recuperado de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14412-tarifas-del-impuesto-personas-juridicas>

#### **4.10.3.6. Intereses sobre préstamo (opción de financiamiento)**

Como se indicó en la determinación de la Inversión Inicial, se presenta una opción de financiamiento para el proyecto con la cooperativa Coopeservidores R.L., la cual tras evaluar varias opciones en el en las diferentes opciones del mercado nacional, brindaba mejores condiciones; es importante recalcar que este préstamo se solicitaría en ámbito personal de los

dueños, ya que para optar por un crédito para Pymes, las entidades financieras solicitaban requisitos que aún no se cumplen (tener la empresa ya establecida por ejemplo). A continuación, se muestran las condiciones del crédito solicitado:

Tabla 50 *Condiciones crédito*

Nombre	Coopeservidores
Monto	8,000,000.00
Plazo	60.00
Interés anual	19.25%
Interés mensual	1.60%
Cuota Mensual	208,626.44

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, el siguiente cuadro resume los gastos por intereses y amortización de la deuda para los cinco años proyectados:

Tabla 51 *Amortización Préstamo*

Periodo	Intereses	Amortización	Total
Año 1	1,450,275.62	1,053,241.63	2,503,517.25
Año 2	1,228,646.27	1,274,870.98	2,503,517.25
Año 3	960,380.36	1,543,136.89	2,503,517.25
Año 4	635,664.35	1,867,852.91	2,503,517.25
Año 5	242,619.66	2,260,897.59	2,503,517.25
Total	4,517,586.27	8,000,000.00	12,517,586.27

Fuente: Elaboración propia

Para una mejor comprensión sobre el comportamiento del flujo del crédito durante los cinco años, a continuación, se muestra la siguiente tabla de pagos que detalla mes a mes y año a año como este se comporta hasta su cancelación total.

Tabla 52 Amortización

Año	Periodo	Cuota	Interes	Amortizacion	Saldo
	0	-	-	-	8,000,000.00
	1	208,626.44	128,333.33	80,293.10	7,919,706.90
	2	208,626.44	127,045.30	81,581.14	7,838,125.76
	3	208,626.44	125,736.60	82,889.84	7,755,235.92
	4	208,626.44	124,406.91	84,219.53	7,671,016.39
	5	208,626.44	123,055.89	85,570.55	7,585,445.84
Año 1	6	208,626.44	121,683.19	86,943.24	7,498,502.60
	7	208,626.44	120,288.48	88,337.96	7,410,164.64
	8	208,626.44	118,871.39	89,755.05	7,320,409.59
	9	208,626.44	117,431.57	91,194.87	7,229,214.72
	10	208,626.44	115,968.65	92,657.78	7,136,556.94
	11	208,626.44	114,482.27	94,144.17	7,042,412.77
	12	208,626.44	112,972.04	95,654.40	6,946,758.37
<b>Año 1 Total</b>		<b>2,503,517.25</b>	<b>1,450,275.62</b>	<b>1,053,241.63</b>	<b>6,946,758.37</b>
	13	208,626.44	111,437.58	97,188.86	6,849,569.51
	14	208,626.44	109,878.51	98,747.93	6,750,821.59
	15	208,626.44	108,294.43	100,332.01	6,650,489.58
	16	208,626.44	106,684.94	101,941.50	6,548,548.08
	17	208,626.44	105,049.63	103,576.81	6,444,971.27
Año 2	18	208,626.44	103,388.08	105,238.36	6,339,732.91
	19	208,626.44	101,699.88	106,926.56	6,232,806.35
	20	208,626.44	99,984.60	108,641.84	6,124,164.52
	21	208,626.44	98,241.81	110,384.63	6,013,779.89
	22	208,626.44	96,471.05	112,155.39	5,901,624.50
	23	208,626.44	94,671.89	113,954.54	5,787,669.95
	24	208,626.44	92,843.87	115,782.57	5,671,887.39
<b>Año 2 Total</b>		<b>2,503,517.25</b>	<b>1,228,646.27</b>	<b>1,274,870.98</b>	<b>5,671,887.39</b>
	25	208,626.44	90,986.53	117,639.91	5,554,247.48
	26	208,626.44	89,099.39	119,527.05	5,434,720.43
	27	208,626.44	87,181.97	121,444.46	5,313,275.96
	28	208,626.44	85,233.80	123,392.64	5,189,883.33
	29	208,626.44	83,254.38	125,372.06	5,064,511.27
Año 3	30	208,626.44	81,243.20	127,383.24	4,937,128.03
	31	208,626.44	79,199.76	129,426.68	4,807,701.36
	32	208,626.44	77,123.54	131,502.90	4,676,198.46
	33	208,626.44	75,014.02	133,612.42	4,542,586.04
	34	208,626.44	72,870.65	135,755.79	4,406,830.25
	35	208,626.44	70,692.90	137,933.54	4,268,896.72
	36	208,626.44	68,480.22	140,146.22	4,128,750.50

<b>Año 3 Total</b>		<b>2,503,517.25</b>	<b>960,380.36</b>	<b>1,543,136.89</b>	<b>4,128,750.50</b>
	37	208,626.44	66,232.04	142,394.40	3,986,356.10
	38	208,626.44	63,947.80	144,678.64	3,841,677.46
	39	208,626.44	61,626.91	146,999.53	3,694,677.93
	40	208,626.44	59,268.79	149,357.65	3,545,320.28
	41	208,626.44	56,872.85	151,753.59	3,393,566.69
<b>Año 4</b>	42	208,626.44	54,438.47	154,187.97	3,239,378.72
	43	208,626.44	51,965.03	156,661.40	3,082,717.31
	44	208,626.44	49,451.92	159,174.51	2,923,542.80
	45	208,626.44	46,898.50	161,727.94	2,761,814.86
	46	208,626.44	44,304.11	164,322.32	2,597,492.54
	47	208,626.44	41,668.11	166,958.33	2,430,534.21
	48	208,626.44	38,989.82	169,636.62	2,260,897.59
<b>Año 4 Total</b>		<b>2,503,517.25</b>	<b>635,664.35</b>	<b>1,867,852.91</b>	<b>2,260,897.59</b>
	49	208,626.44	36,268.57	172,357.87	2,088,539.72
	50	208,626.44	33,503.66	175,122.78	1,913,416.94
	51	208,626.44	30,694.40	177,932.04	1,735,484.90
	52	208,626.44	27,840.07	180,786.37	1,554,698.53
	53	208,626.44	24,939.96	183,686.48	1,371,012.05
<b>Año 5</b>	54	208,626.44	21,993.32	186,633.12	1,184,378.93
	55	208,626.44	18,999.41	189,627.03	994,751.90
	56	208,626.44	15,957.48	192,668.96	802,082.94
	57	208,626.44	12,866.75	195,759.69	606,323.25
	58	208,626.44	9,726.44	198,900.00	407,423.25
	59	208,626.44	6,535.75	202,090.69	205,332.56
	60	208,626.44	3,293.88	205,332.56	(0.00)
<b>Año 5 Total</b>		<b>2,503,517.25</b>	<b>242,619.66</b>	<b>2,260,897.59</b>	<b>(0.00)</b>
<b>Gran Total</b>			<b>4,517,586.27</b>	<b>8,000,000.00</b>	<b>(0.00)</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.10.3.7. Depreciación de mobiliario

Con base en el estudio técnico y lo indicado en la determinación de la Inversión Inicial, se requiere comprar mobiliario para la puesta en marcha del local comercial, para el área de comidas, para el área de baños, el área comercial y, por último, de mantenimiento.

Para la depreciación, se tomará en cuenta el mobiliario del área de comidas, ya que, para los otros rubros, se debe contar con un capital de mantenimiento disponible.

El método utilizado para este fin, será depreciación en línea recta, asumiendo que todo el mobiliario y equipo tendrá una vida útil de 5 años. Además, se espera que al final de su vida útil, se pueda vender el equipo a un 10% de su valor original de compra.

Para los artículos que se depreciaran en los libros son:

Para el área de comidas:

Toldos

- Silla para exteriores (rojas)
- Silla para exteriores (blancas)
- Silla para exteriores (negras)
- Silla para exteriores (celestes)
- Silla para exteriores (negras plegables)
- Silla para exteriores (Blancas tipo nido)
- Silla para exteriores (Amarillas)
- Mesa para Rectangular
- Mesa para Redondas
- Bancos para exteriores
- Bancos para exteriores (sin respaldar)
- Sillas para Niños
- Luces para Exteriores
- Calentadores externos
- Sillones de exteriores
- Mesas pequeñas para exteriores
- Parlantes
- Macetas
- Fuente de Agua
- Escultura decorativa
- Antorchas decorativas

- Iluminación externa
- Mesas Altas
- Losas de cemento

Los costos de la depreciación para estos artículos se muestran en la siguiente tabla

Tabla 53 *Depreciación Mobiliario área de comidas*

Artículo	Costo Total	Vida Útil (años)	Depreciación Anual	Valor Residual
Silla para exteriores (rojas)	400,000.00	5.00	80,000.00	40,000.00
Silla para exteriores (blancas)	280,000.00	5.00	56,000.00	28,000.00
Silla para exteriores (negras)	280,000.00	5.00	56,000.00	28,000.00
Silla para exteriores (celestes)	210,000.00	5.00	42,000.00	21,000.00
Silla para exteriores (negras plegables)	150,000.00	5.00	30,000.00	15,000.00
Silla para exteriores (Blancas tipo nido)	165,000.00	5.00	33,000.00	16,500.00
Silla para exteriores (Amarillas)	160,000.00	5.00	32,000.00	16,000.00
Mesa para Rectangular	140,000.00	5.00	28,000.00	14,000.00
Mesa para Redondas	350,000.00	5.00	70,000.00	35,000.00
Bancos para exteriores	300,000.00	5.00	60,000.00	30,000.00
Bancos para exteriores (sin respaldar)	80,000.00	5.00	16,000.00	8,000.00
Sillas para Niños	100,000.00	5.00	20,000.00	10,000.00
Luces para Exteriores	75,000.00	5.00	15,000.00	7,500.00
Calentadores externos	230,000.00	5.00	46,000.00	23,000.00
Sillones de exteriores	100,000.00	5.00	20,000.00	10,000.00
Mesas pequeñas para exteriores	180,000.00	5.00	36,000.00	18,000.00
Parlantes	60,000.00	5.00	12,000.00	6,000.00

Macetas	150,000.00	5.00	30,000.00	15,000.00
Fuente de Agua	25,000.00	5.00	5,000.00	2,500.00
Escultura decorativa	40,000.00	5.00	8,000.00	4,000.00
Antorchas decorativas	200,000.00	5.00	40,000.00	20,000.00
Iluminación externa	75,000.00	5.00	15,000.00	7,500.00
Mesas Altas	35,000.00	5.00	7,000.00	3,500.00
Losas de cemento	100,000.00	5.00	20,000.00	10,000.00
<b>Total</b>	<b>3,885,000.00</b>	<b>5.00</b>	<b>777,000.00</b>	<b>388,500.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el área de alquiler de ferias y negocios temporales, todo el mobiliario será depreciado, utilizando el mismo método de línea recta, con una vida útil de 5 años y un valor residual del 10%.

Tabla 54 *Depreciación Mobiliario área otros comercios*

Detalle	Total	Vida Útil (años)	Depreciación Anual	Valor Residual
Mesa Grandes (plegables)	150,000.00	5.00	30,000.00	15,000.00
Silla para exteriores (negras plegables)	132,000.00	5.00	26,400.00	13,200.00
Toldo	142,000.00	5.00	28,400.00	14,200.00
<b>Total</b>	<b>424,000.00</b>		<b>84,800.00</b>	<b>42,400.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Para efectos del flujo de caja, el siguiente cuadro indica el cálculo del valor en libros de los equipos al final del año 5, debido a que la ganancia por la venta del equipo se debe registrar para efectos fiscales:

*Tabla 55 Cálculo valor en libros de los activos al año 5*

Detalle	Monto
Valor Original de Compra	4,309,000.00
Depreciación Acumulada año 5	(4,309,000.00)

Fuente: Elaboración propia

#### 4.10.4. Determinación del Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)

##### 4.10.4.1. CPPC sin financiamiento

Para efectos de determinar el Costo Promedio Ponderado de Capital se debe realizar primero el cálculo de la rentabilidad mínima esperada de los recursos propios utilizando la fórmula:  $E(R_i) = R_f + \beta [E(R_m) - R_f]$ .

Donde:

$R_f$ : Es la tasa libre de riesgos

$\beta$ : Es el Beta sectorial (alimentos) o factor de riesgo del mercado

$[E(R_m) - R_f]$ : Es la prima por riesgo mercado o premio del mercado

*Tabla 56 Calculo CPPC Sin Financiamiento*

Detalle	Dato	Referencia
Rf US: Tasa Libre de riesgos de US	1.82%	<a href="https://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us">https://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us</a>
$\beta$ : Beta sectorial (alimentos) en US	0.64	<a href="https://www.bloomberg.com/markets/sectors/consumer-staples">https://www.bloomberg.com/markets/sectors/consumer-staples</a>
$[E(R_m) - R_f]$ : Prima por riesgo Mercado US	3.51%	<a href="https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo">https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo</a>
E(Ri) US: Rentabilidad esperada en US	4.07%	
<b>Rf CR: Tasa Libre de riesgos en CR</b>	<b>4.25%</b>	<b>Tasa de Interes de los bonos de costa Rica, según el BCCR</b>
Spread Riesgo País (Rf US y RF CR)	2.43%	Tasa libre CR - Tasa Libre US
E(Ri) CR: Rentabilidad Esperada en CR	10.75%	

Inflación 2019 US	2.40%	<a href="https://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx">https://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx</a>
Inflación 2019 - 2020 CR	1.52%	<a href="https://delfino.cr/2020/01/inflacion-del-2019">https://delfino.cr/2020/01/inflacion-del-2019</a>
<b>E(Ri) Colonizado</b>	<b>10.84%</b>	<b><math>E(RI (CR * ((1 + \text{Inflación esperada CR}) / (1 + \text{inflación esperada US})))</math></b>

Fuente: Elaboración propia

Luego de aplicar la formula anterior, se obtiene que el valor del Costo Promedio Ponderado de Capital para una inversión donde no se obtiene financiamiento, corresponde a 10.84%.

#### 4.10.4.2. CPPC con Financiamiento

Ahora, una vez obtenido E(Ri) y considerando que existe un financiamiento con la cooperativa Coopeservidores R.L., el siguiente cuadro muestra los datos base para el cálculo del CPPC:

*Tabla 57 Calculo CPPC Con Financiamiento*

Datos	Tasa
Tasa interés préstamo	19.25%
Costo Oportunidad	10.84%
ISR	20%

Fuente: Elaboración propia

Con base en lo anterior, y el monto aportado por los socios (¢7.000.000) y el financiamiento con la Cooperativa Coopeservidores R.L. (¢8.000.000), se obtiene que el CPPC es del 13.27% según el siguiente cuadro:

*Tabla 58 Calculo CPPC Con Financiamiento*

Fuente de Financiamiento	Monto	% Relat.	Costo	CPPC
Deuda por préstamo	8,000,000	0.5333	15.40%	0.0821
Aporte de los socios	7,000,000	0.4667	10.84%	0.0506
	15,000,000	100.00%		<b>13.27%</b>

Fuente: Elaboración propia

El resultado de 13,12% es la tasa de retorno exigida a la inversión realizada en el local comercial Journey FoodTruck Garage, para compensar el costo de oportunidad de los recursos destinados al negocio, la variabilidad del riesgo y el costo financiero de los recursos obtenidos por medio del financiamiento con el préstamo. Este dato es importante, ya que el mismo se utilizará para obtener el VAN (valor Actual Neto), que se revisará más adelante.

#### **4.10.5. Elaboración del Flujo de Caja (recomendado 5 años)**

A continuación, se procede a mostrar la información obtenida en los apartados anteriores que alimentan el flujo de caja de dos formas, con financiamiento y sin financiamiento, ambos proyectados a cinco años.

El flujo de caja es el detalle de los ingresos y egresos del negocio, por lo que a continuación se mostrará el resultado de los apartados ya revisados, que alimentan este informe, tomando como base dos opciones, una con el financiamiento por medio del préstamo y otra, sin este rubro, proyectado a 5 años.

##### **4.10.5.1. Flujo de caja proyectado con financiamiento**

El siguiente flujo de caja está compuesto por información como el plan de inversión inicial, ingresos, los diferentes egresos, entre los cuales se incluyen los datos correspondientes al préstamo con la cooperativa Coopeservidores R.L., además se utiliza una tasa impositiva de 20% correspondiente al Impuesto sobre la renta (ISR) aplicable en Costa Rica para gravar las ganancias de las personas jurídicas, datos son proyectados a cinco años.

Tabla 59 Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento

Detalle	PERÍODO					
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		59,508,000	60,846,930	62,215,986	63,615,846	65,047,202
+ Venta de Equipo						430,900
<i>Costos variables:</i>						
- Mantenimiento Servicios sanitarios		(446,400)	(456,444)	(466,714)	(477,215)	(487,952)
- Artículos de mantenimiento		(2,454,000)	(2,509,215)	(2,565,672)	(2,623,400)	(2,682,426)
Mejoras - Imprevistos		(1,000,000)	(1,022,500)	(1,045,506)	(1,069,030)	(1,093,083)
<i>Costos fijos:</i>						
- Salarios		(24,436,558)	(25,047,472)	(25,673,659)	(26,315,501)	(26,973,388)
- Servicios Públicos		(2,880,000)	(2,952,000)	(3,025,800)	(3,101,445)	(3,178,981)
- Impuesto a sociedades		(67,530)	(138,651)	(138,651)	(138,651)	(138,651)
- Intereses		(1,450,276)	(1,228,646)	(960,380)	(635,664)	(242,620)
- Proveedores		(13,200,000)	(13,497,000)	(13,800,683)	(14,111,198)	(14,428,700)
- Depreciación Equipo		(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)
- Valor Libros Equipo						0
Utilidad		12,711,436	13,133,201	13,677,120	14,281,942	15,390,500
- Impuesto (20%)		(2,542,287)	(2,626,640)	(2,735,424)	(2,856,388)	(3,078,100)
Utilidad neta		10,169,149	10,506,561	10,941,696	11,425,553	12,312,400
+ Depreciación Equipo		861,800	861,800	861,800	861,800	861,800
+ Valor Libros Equipo						0
Mobiliario Comidas	(5,185,000)					
Mobiliario Servicios Sanitarios	(821,200)					
Artículos de Mantenimiento	(541,500)					
Construcción Servicios	(4,000,000)					
Mobiliario Stands Ferias	(424,000)					
Acondicionamiento lugar	(3,500,000)					
Constitución sociedad	(407,330)					
Capital de trabajo	(120,970)					
Préstamo bancario	8,000,000					
- Amortización		(1,053,242)	(1,274,871)	(1,543,137)	(1,867,853)	(2,260,898)
Valor de desecho						0
Flujo de Caja	(7,000,000)	9,977,707	10,093,490	10,260,359	10,419,500	10,913,303
Flujo de Caja acumulado		9,977,707	20,071,197	30,331,557	40,751,057	51,664,359

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en el flujo de caja anterior, el aporte de los socios corresponde a ¢7.000.000 y sobre este monto se desea conocer si el proyecto es rentable para los inversionistas, y según los datos, se visualiza que el negocio es rentable, pues desde el primer año de operación se obtienen saldos positivos que se incrementan en los años posteriores.

#### 4.10.5.2. Flujo de caja proyectado sin financiamiento

El siguiente flujo de caja es sin el financiamiento de Coopeservidores, tomando la misma información indicada en el flujo anterior y con la misma proyección, bajo el supuesto de que los

dueños de Journey FoodTruck Garage pueden aportar el 100% de la inversión requerida del proyecto

Tabla 60 *Flujo de Caja del Proyecto sin Financiamiento*

Detalle	PERÍODO					
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		59,508,000	60,846,930	62,215,986	63,615,846	65,047,202
+ Venta de Equipo						430,900
<i>Costos variables:</i>						
- Mantenimiento Servicios sanitarios		(446,400)	(456,444)	(466,714)	(477,215)	(487,952)
Artículos de mantenimiento		(2,454,000)	(2,509,215)	(2,565,672)	(2,623,400)	(2,682,426)
Mejoras - Imprevistos		(1,000,000)	(1,022,500)	(1,045,506)	(1,069,030)	(1,093,083)
<i>Costos fijos:</i>						
- Salarios		(24,436,558)	(25,047,472)	(25,673,659)	(26,315,501)	(26,973,388)
- Servicios Públicos		(2,880,000)	(2,952,000)	(3,025,800)	(3,101,445)	(3,178,981)
- Impuesto a sociedades		(67,530)	(138,651)	(138,651)	(138,651)	(138,651)
- Intereses		(1,450,276)	(1,228,646)	(960,380)	(635,664)	(242,620)
- Proveedores		(12,000,000)	(12,270,000)	(12,546,075)	(12,828,362)	(13,117,000)
- Depreciación Equipo		(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)
- Valor Libros Equipo						0
Utilidad		13,911,436	14,360,201	14,931,728	15,564,778	16,702,200
- Impuesto (20%)		(2,782,287)	(2,872,040)	(2,986,346)	(3,112,956)	(3,340,440)
Utilidad neta		11,129,149	11,488,161	11,945,382	12,451,822	13,361,760
+ Depreciación Equipo		861,800	861,800	861,800	861,800	861,800
+ Valor Libros Equipo						0
Mobiliario Comidas	(5,185,000)					
Mobiliario Servicios Sanitarios	(821,200)					
Artículos de Mantenimiento	(541,500)					
Construcción Servicios	(4,000,000)					
Mobiliario Stands Ferias	(424,000)					
Acondicionamiento lugar	(3,500,000)					
Constitución sociedad	(407,330)					
Capital de trabajo	(120,970)					
Préstamo bancario						
- Amortización		(1,053,242)	(1,274,871)	(1,543,137)	(1,867,853)	(2,260,898)
Valor de desecho						0
Flujo de Caja	(15,000,000)	10,937,707	11,075,090	11,264,045	11,445,769	11,962,663
Flujo de Caja acumulado		10,937,707	22,012,797	33,276,843	44,722,612	56,685,274

Fuente: Elaboración propia

Con los resultados obtenidos con este flujo de caja, el aporte de los socios corresponde a ¢15.000.000, con este monto, se debe determinar si el proyecto es rentable, y según los datos mostrados anteriormente, igual que con la opción con financiamiento el negocio es rentable porque

desde el primer año se obtienen resultados positivos los cuales van en incremento con el paso del tiempo, y la totalidad de la inversión se recupera al final del segundo periodo de operación.

#### **4.11. Análisis de datos**

##### **4.11.1. Análisis de indicadores de factibilidad financiera**

Los indicadores de factibilidad financiera permiten determinar si el proyecto es viable o no para sus inversionistas, tomando como base la información disponible en el flujo de efectivo anteriormente expuesto, se estudia varios indicadores que se explican más adelante, realizando el ejercicio para los dos flujos disponibles, con y sin financiamiento, para mostrar información comparativa a los dueños inversionistas.

##### **4.11.1.1. Valor Actual Neto – VAN**

Este dato se utiliza para conocer si después de descontar la inversión inicial, existe ganancia, donde se espera tener un valor positivo, esto significaría que el proyecto es viable, en cambio si es negativo, significa que el proyecto se debe rechazar.

##### **4.11.1.1.1. Flujo con financiamiento**

Se acepta el proyecto, ya que después de recuperar la inversión inicial y la tasa mínima requerida, genera una ganancia neta a valor presente de ¢28,917,257.00

<i>Tabla 61 Valor actual flujo de caja</i>	
Valor actual flujos de caja	35,917,257
<u>Inversión inicial</u>	<u>(7,000,000)</u>
VAN 15,40%	28,917,257

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.1.1.2. Flujo sin financiamiento

Al igual que la opción con financiamiento, se acepta el proyecto, ya que después de recuperar la inversión inicial y la tasa mínima requerida, genera una ganancia neta a valor presente de ¢26,889,105.00

Tabla 62 *Valor actual flujo de caja - Sin Financiamiento*

Valor actual flujos de caja	41,889,105
Inversión inicial	(15,000,000)
VAN 15,40%	26,889,105

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.1.2. Tasa Interna de Retorno – TIR

La tasa interna de retorno se muestra en porcentaje, y es comparada a una tasa de intereses, se espera que el resultado de esta sea mayor a la tasa mínima requerida, los resultados de las opciones se muestran a continuación:

##### 4.11.1.2.1. Flujo con financiamiento

La tasa interna de rendimiento del proyecto es del 142.12%, la cual es mayor a la tasa mínima requerida, lo cual significa que, con este indicador, el proyecto es viable.

#### **4.11.1.2.2. Flujo sin financiamiento**

La tasa interna de rendimiento del proyecto sin el financiamiento es del 68.75%, la cual es mayor a la tasa mínima requerida, sigue siendo viable el proyecto con este indicador.

#### **4.11.1.3. Período de Recuperación – PR**

##### **4.11.1.3.1. Flujo con financiamiento**

Para este indicador, la inversión inicial se recuperaría en 1 año, 8 meses y 12 días. Es decir que los inversionistas recuperan su inversión al final del primer año del proyecto, lo cual es factible para los dueños.

##### **4.11.1.3.2. Flujo sin financiamiento**

Con los datos del flujo de caja, la inversión inicial se recupera en 2 años, 4 meses y 12 días. Es decir que los inversionistas recuperan su inversión al inicio del segundo año del proyecto, lo que indica que el proyecto es viable, aunque el tiempo de recuperación de la inversión es mayor que la opción con financiamiento.

#### **4.11.1.4. Índice de Deseabilidad – ID**

El siguiente dato para revisar, es índice de deseabilidad, que es el número de veces que el retorno económico del negocio cubre la tasa mínima requerida y la inversión inicial de los dueños, usando los datos de ambos flujos de efectivo.

#### 4.11.1.4.1. Flujo con financiamiento

Con la opción de financiamiento, el proyecto cubre 5.13 veces la inversión inicial, después de que la inversión inicial y la tasa mínima requerida sean cubiertas.

Tabla 63 *Índice de deseabilidad con financiamiento*

Detalle	Monto
Flujos descont.	35,917,257
Inversión inicial	7,000,000
Índice de deseabilidad	5.13

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.1.4.2. Flujo sin financiamiento

Sin la opción de financiamiento, el proyecto cubre 2.79 veces la inversión inicial una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

Tabla 64 *Índice de deseabilidad sin financiamiento*

Detalle	Monto
Flujos descont.	41,889,105
Inversión inicial	15,000,000
Índice de deseabilidad	2.79

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.1.5. Valor Actual Neto Anualizado Equivalente – VANAE

El siguiente indicador para revisar utilizando los flujos de efectivo, es el VANAE, el mismo se basa en calcular qué rendimiento anual uniforme provoca la inversión inicial durante el periodo del proyecto, que en este caso es de 5 años.

#### 4.11.1.5.1. Flujo con financiamiento

El proyecto ofrece una ganancia promedio anual 8,276,187.00 una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

#### 4.11.1.5.2. Flujo sin financiamiento

El proyecto ofrece una ganancia promedio anual de 7,246,052.00 una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

#### 4.11.1.6. Razón beneficio costo

El siguiente indicador proyectado con la información de los flujos de efectivo, fue el de razón beneficio, el mismo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada colón que se invierte en el en el local comercial.

##### 4.11.1.6.1. Flujo con financiamiento

Con el financiamiento, por cada colón invertido, los dueños obtendrían 4.13 colones de ganancia, ya cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

Tabla 65 *Razón Beneficio/Costo con financiamiento*

Detalle	Monto
VAN	28,917,257

Inversión	
Inicial	7,000,000
Total	413%

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.1.6.2. Flujo sin financiamiento

Para el flujo sin financiamiento, los dueños recibirían por cada colón invertido, 2.01 colones de ganancia, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

Tabla 66 *Razón Beneficio/Costo sin financiamiento*

Detalle	Monto
VAN	26,889,105
Inversión Inicial	15,000,000
Total	179%

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.2. Análisis de riesgo

Posterior al análisis de las variables financieras, otro dato importante a resaltar dentro del proyecto es el riesgo en el cual podría incurrir el local comercial. Es importante que deben considerarse los diferentes escenarios por los que el proyecto podría llegar a enfrentar, favorables y desfavorables, con el fin de tomar decisiones que puedan perjudicar los resultados del proyecto como tal.

Para esto, a continuación, se revisa la información financiera para los diferentes escenarios a estudiar:

#### 4.11.2.1. Escenario optimista

El primer escenario para revisar es el optimista, en el que colocación de espacios de alquiler de los espacios ofrecidos por el FoodTruck Garage tiene un aumento mayor al esperado. Se utilizó como base el escenario normal esperado para que los resultados no estuvieran lejos de la realidad.

Tabla 67 *Estimación de Alquileres - Escenario Optimista*

Ingreso por alquiler	Ingreso Anual	% Incremento Anual	%de Ingreso por Alquiler	Ingreso total	Colonizado
Año 1	139,200.00	0.00%	85.00%	118,320.00	67,442,400.00
Año 2	142,332.00	2.25%	85.00%	120,982.20	68,959,854.00
Año 3	145,534.47	2.25%	85.00%	123,704.30	70,511,450.72
Año 4	148,809.00	2.25%	85.00%	126,487.65	72,097,958.36
Año 5	152,157.20	2.25%	85.00%	129,333.62	73,720,162.42

Fuente: Elaboración propia

Tal cual se muestra en el cuadro anterior, el porcentaje de colocación de los espacios es mayor al normal esperado, incrementando así el ingreso total por alquileres.

##### 4.11.2.1.1. Flujo de caja optimista con financiamiento

En este flujo de caja con financiamiento, se toma en cuenta el aumento en los ingresos por alquiler, manteniendo los costos ya establecidos y la tasa de interés del financiamiento.

Tabla 68 Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento - Escenario Optimista

Detalle	PERÍODO					
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		67,442,400	68,959,854	70,511,451	72,097,958	73,720,162
+ Venta de Equipo						430,900
<i>Costos variables:</i>						
- Mantenimiento Servicios sanitarios		(446,400)	(456,444)	(466,714)	(477,215)	(487,952)
- Artículos de mantenimiento		(2,454,000)	(2,509,215)	(2,565,672)	(2,623,400)	(2,682,426)
Mejoras - Imprevistos		(1,000,000)	(1,022,500)	(1,045,506)	(1,069,030)	(1,093,083)
<i>Costos fijos:</i>						
- Salarios		(24,436,558)	(25,047,472)	(25,673,659)	(26,315,501)	(26,973,388)
- Servicios Públicos		(2,880,000)	(2,952,000)	(3,025,800)	(3,101,445)	(3,178,981)
- Impuesto a sociedades		(67,530)	(138,651)	(138,651)	(138,651)	(138,651)
- Intereses		(1,450,276)	(1,228,646)	(960,380)	(635,664)	(242,620)
- Proveedores		(10,800,000)	(11,043,000)	(11,291,468)	(11,545,526)	(11,805,300)
- Depreciación Equipo		(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)
- Valor Libros Equipo						0
Utilidad		23,045,836	23,700,125	24,481,800	25,329,727	26,686,860
- Impuesto (20%)		(4,609,167)	(4,740,025)	(4,896,360)	(5,065,945)	(5,337,372)
Utilidad neta		18,436,669	18,960,100	19,585,440	20,263,781	21,349,488
+ Depreciación Equipo		861,800	861,800	861,800	861,800	861,800
+ Valor Libros Equipo						0
Mobiliario Comidas	(5,185,000)					
Mobiliario Servicios Sanitarios	(821,200)					
Artículos de Mantenimiento	(541,500)					
Construcción Servicios	(4,000,000)					
Mobiliario Stands Ferias	(424,000)					
Acondicionamiento lugar	(3,500,000)					
Constitución sociedad	(407,330)					
Capital de trabajo	(120,970)					
Préstamo bancario	8,000,000					
- Amortización		(1,053,242)	(1,274,871)	(1,543,137)	(1,867,853)	(2,260,898)
Valor de desecho						0
Flujo de Caja	(7,000,000)	18,245,227	18,547,029	18,904,103	19,257,728	19,950,391
Flujo de Caja acumulado		18,245,227	36,792,256	55,696,360	74,954,088	94,904,479

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.2.1.1.1. Indicadores de factibilidad financiera, con escenario optimista y financiamiento

Como resultado de la mejora en los niveles de ingresos y colocación, el anterior flujo de caja arroja los siguientes indicadores:

Tabla 69 Indicadores Financieros con Financiamiento - Escenario Optimista

INDICADOR:		RESULTADO		INTERPRETACIÓN:
CPPC:		13.27%		La Tasa mínima exigible para el proyecto es: 13.27%
Valor actual flujos de caja	65,967,465			Se acepta el proyecto, ya que después de recuperar la inversión inicial y la tasa mínima requerida, genera una ganancia neta a valor presente de ₡58,967,465.00
Inversión inicial	(7,000,000)			
VAN 13,12%		58,967,465		
TIR		261.93%		La tasa interna de redimimiento del proyecto es del 261.93%, la cual es mayor a la tasa mínima requerida.
Periodo Recuperación		0.38 años		La inversión inicial se recupera en 0 años 4 meses 18 días. Es decir que los inversionistas recuperan su inversión al inicio del primer año de inversión
Razón Beneficio/Costo:	$\frac{VAN}{Inversión Inicia}$	$\frac{58,967,465}{7,000,000}$	842%	Por cada colón invertido, se obtendría 8.42 colones de ganancia, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Índice de deseabilidad	$\frac{Flujos descont}{Inversión inici}$	$\frac{65,967,465}{7,000,000}$	9.42	El retorno del proyecto cubre 9.42 veces la inversión inicial una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Valor actual neto equivalente (VANAE)		16,876,627		El proyecto ofrece una ganancia promedio anual de ₡16,876,627.00 una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Costo Benef. anualizado	$\frac{VANAE}{Inversión Inicia}$	$\frac{16,876,627}{7,000,000}$	241%	En promedio se espera ganar 2,52 colones por año, por cada colón invertido, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

Fuente: Elaboración propia

Con los datos obtenidos con el análisis del flujo de caja con financiamiento en un escenario optimista, el comportamiento de los indicadores financieros aumenta en proporción a este escenario. Todos son datos favorables para los dueños y alicientes para realizar la inversión inicial en el proyecto.

#### 4.11.2.1.2. Flujo de caja optimista sin financiamiento

Ahora, bajo la misma premisa del escenario optimista, con el aumento de colocación de espacios comerciales, se analizan los datos del flujo de caja sin la opción del financiamiento en Coopeservidores, manteniendo el resto de los datos estables.

Tabla 70 *Flujo de Caja del Proyecto sin Financiamiento- Escenario Optimista*

Detalle	PERÍODO					
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		67,442,400	68,959,854	70,511,451	72,097,958	73,720,162
+ Venta de Equipo						430,900
<i>Costos variables:</i>						
- Mantenimiento Servicios sanitarios		(446,400)	(456,444)	(466,714)	(477,215)	(487,952)
Articulos de mantenimiento		(2,454,000)	(2,509,215)	(2,565,672)	(2,623,400)	(2,682,426)
Mejoras - Imprevistos		(1,000,000)	(1,022,500)	(1,045,506)	(1,069,030)	(1,093,083)
<i>Costos fijos:</i>						
- Salarios		(24,436,558)	(25,047,472)	(25,673,659)	(26,315,501)	(26,973,388)
- Servicios Públicos		(2,880,000)	(2,952,000)	(3,025,800)	(3,101,445)	(3,178,981)
- Impuesto a sociedades		(67,530)	(138,651)	(138,651)	(138,651)	(138,651)
- Intereses		(1,450,276)	(1,228,646)	(960,380)	(635,664)	(242,620)
- Proveedores		(12,000,000)	(12,270,000)	(12,546,075)	(12,828,362)	(13,117,000)
- Depreciación Equipo		(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)
- Valor Libros Equipo						0
Utilidad		21,845,836	22,473,125	23,227,193	24,046,890	25,375,160
- Impuesto (20%)		(4,369,167)	(4,494,625)	(4,645,439)	(4,809,378)	(5,075,032)
Utilidad neta		17,476,669	17,978,500	18,581,754	19,237,512	20,300,128
+ Depreciación Equipo		861,800	861,800	861,800	861,800	861,800
+ Valor Libros Equipo						0
Mobiliario Comidas	(5,185,000)					
Mobiliario Servicios Sanitarios	(821,200)					
Articulos de Mantenimiento	(541,500)					
Construcción Servicios	(4,000,000)					
Mobiliario Stands Ferias	(424,000)					
Acondicionamiento lugar	(3,500,000)					
Constitución sociedad	(407,330)					
Capital de trabajo	(120,970)					
Préstamo bancario						
- Amortización		(1,053,242)	(1,274,871)	(1,543,137)	(1,867,853)	(2,260,898)
Valor de desecho						0
Flujo de Caja	(15,000,000)	17,285,227	17,565,429	17,900,417	18,231,459	18,901,031
Flujo de Caja acumulado		17,285,227	34,850,656	52,751,074	70,982,533	89,883,564

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.2.1.2.1. Indicadores de factibilidad financiera, con escenario optimista, sin la opción del financiamiento

Utilizando la información del flujo de caja, sin la opción de financiamiento en un escenario optimista, se analizan a continuación los diferentes indicadores financieros como referencia.

Tabla 71 *Indicadores Financieros sin Financiamiento - Escenario Optimista*

INDICADOR:		RESULTADO		INTERPRETACIÓN:
CPPC:		10.84%		La Tasa mínima exigible para el proyecto es: 10.84%
Valor actual flujos de caja	66,415,752			Se acepta el proyecto, ya que después de recuperar la inversión inicial y la tasa mínima requerida, genera una ganancia neta a valor presente de €51,415,752.00
Inversión inicial	(15,000,000)			
VAN 10.84%		51,415,752		
TIR		114.24%		La tasa interna de redimimiento del proyecto es del 114.24%, la cual es mayor a la tasa mínima requerida.
Periodo Recuperación		1.87 años		La inversión inicial se recupera en 1 año, 10 meses y 12 días. Es decir que los inversionistas recuperan su inversión al final del segundo año del proyecto, este tiempo es relativamente corto, lo cual es ideal para el proyecto
Razón Beneficio/Costo:	<u>VAN</u> Inversión Inicia	<u>51,415,752</u> 15,000,000	343%	Por cada colón invertido, se obtendría 3.43 colones de ganancia, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Índice de deseabilidad	<u>Flujos descont</u> Inversión inicia	<u>66,415,752</u> 15,000,000	4.43	El retorno del proyecto cubre 4.43 veces la inversión inicial una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Valor actual neto equivalente (VANAE)			13,855,471	El proyecto ofrece una ganancia promedio anual de €13,855,471.00 una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Costo Benef. anualizado	<u>VANAE</u> Inversión Inicia	<u>13,855,471</u> 15,000,000	92%	En promedio se espera ganar .92 colones por año, por cada colón invertido, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

Fuente: Elaboración propia

Con los datos arrojados en el análisis de los indicadores financieros, el resultado es favorable para los inversionistas, como es de esperarse, en un porcentaje mayor a los resultados de un escenario normal esperado.

#### 4.11.2.2. Escenario pesimista

Después de analizar la información, bajo un supuesto de aumento en la colocación de alquileres, se deben analizar los datos en un escenario donde la colocación no sea la esperada por los dueños, tomando como referencia el escenario normal, para que los datos no sean tan alejados de la realidad.

Tabla 72 *Estimación de Alquileres - En un escenario pesimista*

Ingreso por alquiler	Ingreso Anual	% Incremento Anual	% de Ingreso por Alquiler	Ingreso total	Colonizado
Año 1	139,200.00	0%	65%	90,480.00	51,573,600.00
Año 2	142,332.00	2.25%	65%	92,515.80	52,734,006.00
Año 3	145,534.47	2.25%	65%	94,597.41	53,920,521.14
Año 4	148,809.00	2.25%	65%	96,725.85	55,133,732.86
Año 5	152,157.20	2.25%	65%	98,902.18	56,374,241.85

Fuente: Elaboración propia

Para esta proyección, el ingreso por la colocación de los espacios comerciales empezaría por debajo de lo esperado por los inversionistas.

##### 4.11.2.2.1. Flujo de caja pesimista con financiamiento

Tomando como base, la disminución en el ingreso que significa una menor colocación de la esperada en locales comerciales, se presenta el flujo de caja, teniendo el resto de los datos iguales

Tabla 73 *Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento – Escenario pesimista*

Detalle	PERÍODO					
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		51,573,600	52,734,006	53,920,521	55,133,733	56,374,242
+ Venta de Equipo						430,900
<i>Costos variables:</i>						
- Mantenimiento Servicios sanitarios		(446,400)	(456,444)	(466,714)	(477,215)	(487,952)
- Artículos de mantenimiento		(2,454,000)	(2,509,215)	(2,565,672)	(2,623,400)	(2,682,426)
Mejoras - Imprevistos		(1,000,000)	(1,022,500)	(1,045,506)	(1,069,030)	(1,093,083)
<i>Costos fijos:</i>						
- Salarios		(24,436,558)	(25,047,472)	(25,673,659)	(26,315,501)	(26,973,388)
- Servicios Públicos		(2,880,000)	(2,952,000)	(3,025,800)	(3,101,445)	(3,178,981)
- Impuesto a sociedades		(67,530)	(138,651)	(138,651)	(138,651)	(138,651)
- Intereses		(1,450,276)	(1,228,646)	(960,380)	(635,664)	(242,620)
- Proveedores		(10,800,000)	(11,043,000)	(11,291,468)	(11,545,526)	(11,805,300)
- Depreciación Equipo		(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)
- Valor Libros Equipo						0
Utilidad		7,177,036	7,474,277	7,890,870	8,365,501	9,340,940
- Impuesto (20%)		(1,435,407)	(1,494,855)	(1,578,174)	(1,673,100)	(1,868,188)
Utilidad neta		5,741,629	5,979,422	6,312,696	6,692,401	7,472,752
+ Depreciación Equipo		861,800	861,800	861,800	861,800	861,800
+ Valor Libros Equipo						0
Mobiliario Comidas	(5,185,000)					
Mobiliario Servicios Sanitarios	(821,200)					
Artículos de Mantenimiento	(541,500)					
Construcción Servicios	(4,000,000)					
Mobiliario Stands Ferias	(424,000)					
Acondicionamiento lugar	(3,500,000)					
Constitución sociedad	(407,330)					
Capital de trabajo	(120,970)					
Préstamo bancario	8,000,000					
- Amortización		(1,053,242)	(1,274,871)	(1,543,137)	(1,867,853)	(2,260,898)
Valor de desecho						0
Flujo de Caja	(7,000,000)	5,550,187	5,566,351	5,631,359	5,686,348	6,073,654
Flujo de Caja acumulado		5,550,187	11,116,538	16,747,897	22,434,246	28,507,900

Fuente: Elaboración propia

## 4.11.2.2.1.1. Indicadores de factibilidad financiera, con escenario pesimista y financiamiento

Como resultado de la disminución en los niveles de ingresos, el anterior flujo de caja arroja los siguientes indicadores:

Tabla 74 *Indicadores Financieros con Financiamiento - Escenario Pesimista*

INDICADOR:	RESULTADO		INTERPRETACIÓN:	
CPPC:		13.27%	La Tasa mínima exigible para el proyecto es: 13.27%	
Valor actual flujos de caja	19,824,414		El indicador es positivo, después de recuperar la inversión inicial y la tasa mínima requerida, genera una ganancia neta a valor presente de €12,824,414.00	
<u>Inversión inicial</u>	<u>(7,000,000)</u>			
VAN 13.12%		12,824,414		
TIR		75.20%	La tasa interna de redimiento del proyecto es del 75.20%, la cual es mayor a la tasa mínima requerida	
Periodo Recuperación		2.26 años	La inversión inicial se recupera en 2 años, 3 meses y 3 días. Se recuperaría la inversión realizada a inicios del segundo año de operación.	
Razón Beneficio/Costo:	<u>VAN</u> Inversión Inicia	<u>12,824,414</u> 7,000,000	183%	Por cada colón invertido, se obtendrían 1.83 colones de ganancia, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Índice de deseabilidad	<u>Flujos descont</u> Inversión inici	<u>19,824,414</u> 7,000,000	2.83	El retorno del proyecto cubre 2.83 veces la inversión inicial una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial
Valor actual neto equivalente (VANAE)			3,670,378	El proyecto ofrece una ganancia promedio anual de €3,670,378.00 una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
Costo Benef. anualizado	<u>VANAE</u> Inversión Inicia	<u>3,670,378</u> 7,000,000	52.43%	En promedio se espera ganar 0.5243 colones por año, por cada colón invertido, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.

Fuente: Elaboración propia

Como se observó en el flujo anterior, los indicadores no son los mejores para los inversionistas, ya que los mismos si bien es cierto son positivos y están encima de los niveles aceptados para cada uno, significarían una ganancia bastante baja para la gran inversión que se realizaría.

#### 4.11.2.2.2. Flujo de caja pesimista sin financiamiento

Al igual que el flujo de caja anterior, se contempla la misma baja en las ventas obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 75 *Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento - Escenario Pesimista*

Detalle	PERÍODO					
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		51,573,600	52,734,006	53,920,521	55,133,733	56,374,242
+ Venta de Equipo						430,900
<i>Costos variables:</i>						
- Mantenimiento Servicios sanitarios		(446,400)	(456,444)	(466,714)	(477,215)	(487,952)
Articulos de mantenimiento		(2,454,000)	(2,509,215)	(2,565,672)	(2,623,400)	(2,682,426)
Mejoras - Imprevistos		(1,000,000)	(1,022,500)	(1,045,506)	(1,069,030)	(1,093,083)
<i>Costos fijos:</i>						
- Salarios		(24,436,558)	(25,047,472)	(25,673,659)	(26,315,501)	(26,973,388)
- Servicios Públicos		(2,880,000)	(2,952,000)	(3,025,800)	(3,101,445)	(3,178,981)
- Impuesto a sociedades		(67,530)	(138,651)	(138,651)	(138,651)	(138,651)
- Intereses		(1,450,276)	(1,228,646)	(960,380)	(635,664)	(242,620)
- Proveedores		(12,000,000)	(12,270,000)	(12,546,075)	(12,828,362)	(13,117,000)
- Depreciación Equipo		(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)	(861,800)
- Valor Libros Equipo						0
Utilidad		5,977,036	6,247,277	6,636,263	7,082,665	8,029,240
- Impuesto (20%)		(1,195,407)	(1,249,455)	(1,327,253)	(1,416,533)	(1,605,848)
Utilidad neta		4,781,629	4,997,822	5,309,010	5,666,132	6,423,392
+ Depreciación Equipo		861,800	861,800	861,800	861,800	861,800
+ Valor Libros Equipo						0
Mobiliario Comidas	(5,185,000)					
Mobiliario Servicios Sanitarios	(821,200)					
Articulos de Mantenimiento	(541,500)					
Construcción Servicios	(4,000,000)					
Mobiliario Stands Ferias	(424,000)					
Acondicionamiento lugar	(3,500,000)					
Constitución sociedad	(407,330)					
Capital de trabajo	(120,970)					
Préstamo bancario						
- Amortización		(1,053,242)	(1,274,871)	(1,543,137)	(1,867,853)	(2,260,898)
Valor de desecho						0
Flujo de Caja	(15,000,000)	4,590,187	4,584,751	4,627,673	4,660,079	5,024,294
Flujo de Caja acumulado		4,590,187	9,174,938	13,802,611	18,462,691	23,486,985

Fuente: Elaboración propia

#### 4.11.2.2.2.1. Indicadores de factibilidad financiera, con escenario pesimista y sin financiamiento

Con los datos arrojados en el flujo anterior, se deben estudiar los indicadores financieros:

Tabla 76 Indicadores Financieros sin Financiamiento - Escenario Pesimista

INDICADOR:	RESULTADO	INTERPRETACIÓN:						
CPPC:	10.84%	La Tasa mínima exigible para el proyecto es: 10.84%						
Valor actual flujos de caja	17,362,457	El indicador es positivo, después de recuperar la inversión inicial y la tasa mínima requerida, genera una ganancia neta a valor presente de €2,362,457.00						
Inversión inicial	(15,000,000)							
VAN 10.84%	2,362,457							
TIR	16.83%	La tasa interna de rendimiento del proyecto es del 16.83%, es mayor a la esperada por muy poco porcentaje.						
Periodo Recuperación	4.26 años	La inversión inicial se recupera en 4 años y 3 meses y 2 días. Se recuperaría la inversión realizada al inicio del cuarto año de operación.						
Razón Beneficio/Costo:	<table border="0"> <tr> <td>VAN</td> <td>2,362,457</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Inversión Inicia</td> <td>15,000,000</td> <td></td> </tr> </table>	VAN	2,362,457	16%	Inversión Inicia	15,000,000		Por cada colón invertido, se ganarían 0.16 colones, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
VAN	2,362,457	16%						
Inversión Inicia	15,000,000							
Indice de deseabilidad	<table border="0"> <tr> <td>Flujos descont</td> <td>17,362,457</td> <td>1.16</td> </tr> <tr> <td>Inversión inici:</td> <td>15,000,000</td> <td></td> </tr> </table>	Flujos descont	17,362,457	1.16	Inversión inici:	15,000,000		El retorno del proyecto cubre 1.16 veces la inversión inicial
Flujos descont	17,362,457	1.16						
Inversión inici:	15,000,000							
Valor actual neto equivalente (VANAE)		636,633	El proyecto ofrece una ganancia promedio anual de €636,633.00 una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.					
Costo Benef. anualizado	<table border="0"> <tr> <td>VANAE</td> <td>636,633</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Inversión Inicia</td> <td>15,000,000</td> <td></td> </tr> </table>	VANAE	636,633	4%	Inversión Inicia	15,000,000		En promedio habría una ganancia de 0.04 colones por año, por cada colón invertido, una vez cubierta la tasa mínima requerida y la inversión inicial.
VANAE	636,633	4%						
Inversión Inicia	15,000,000							

Fuente: Elaboración propia

Con estos datos, el proyecto tiene resultados positivos, por debajo de todos los escenarios, la ganancia es baja por lo que no se continuaría con el mismo.

#### 4.11.2.3. Nivel de riesgo del proyecto

Tomando en cuenta que el riesgo es la 'variabilidad relativa del retorno esperado' del proyecto, dicho de otro modo, la 'desviación estándar' del retorno esperado respecto al retorno medio del proyecto, en cuanto a la magnitud de la variación. Mientras más alta sea  $\sigma$ , mayor será la variabilidad del retorno y, por consiguiente, el riesgo.

Se identifican tres escenarios que condicionarían el valor actual de los flujos netos proyectados, a los cuales se les asignó la probabilidad de ocurrencia con base en el criterio experto:

Tabla 77 *Análisis de Riesgo del Proyecto*

Escenario (k)	Probab. (Pk)	VA Flujo caja (Ak)	Factor (Ak*Pk)	Desviación (Ak-Ay)	Desviación <sup>2</sup> (Ak-Ay) <sup>2</sup>	Producto (Pk)*(Ak-Ay) <sup>2</sup>
Optimista	20%	58,967,465	11,793,493	28,868,019	833,362,522,916,318	166,672,504,583,264
Normal	50%	28,917,257	14,458,628	(1,182,189)	1,397,570,492,702	698,785,246,351
Pesimista	30%	12,824,414	3,847,324	(17,275,031)	298,426,705,078,374	89,528,011,523,512
	100%	Ay =	30,099,446		1,133,186,798,487,390	☒ 256,899,301,353,127
						σ = 28,409,030
Distr. Normal	Probabilidad	Valor medio (Ay)	σ	Lim. Superior	Lim. Inferior	
1±σ	67.5%	30,099,446	28,409,030	58,508,475	1,690,416	
2±σ	95%	30,099,446	28,409,030	86,917,505	(26,718,613)	

Fuente: Elaboración propia

Con base en los datos obtenidos en el análisis de riesgos, el proyecto posee un nivel de riesgo dentro de un rango aceptable según la desviación estándar.

## CAPITULO V: CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

## 5. CAPITULO V: CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones y recomendaciones del objetivo general

Objetivo: Definir si el negocio Journey FoodTruck Garage es viable financieramente para su implementación en el primer semestre del 2020.

#### 5.1.1. Conclusión del objetivo general

Con base a la información recabada, a los cálculos realizados y al análisis de los diferentes escenarios, se concluye que el negocio si es viable financieramente, para el periodo estipulado.

#### 5.1.2. Recomendación del objetivo general

Una vez definido que el negocio si es viable financieramente para los dueños y su futura implementación, se les recomienda a los dueños, basar su inversión con los datos aquí recopilados, ya que son producto de los estudios realizados, los cuales indican la rentabilidad del mismo.

### 5.2. Conclusión objetivo específico número 1.

**Objetivo Especifico No. 1:** Analizar la oferta y demanda del sector para determinar si es factible la apertura del negocio en la zona de Tibás.

#### 5.2.1. Conclusión del objetivo específico número 1

A través del estudio de mercado, del análisis de oferta y demanda, se logró identificar que es factible la apertura del local comercial, por las siguientes razones:

- a. El 95% de los encuestados asistiría a un espacio de comidas de sólo FoodTrucks
- b. El 78% de los encuestados asiste al Estadio Ricardo Saprissa, que queda justo al frente del local, lo que generaría un tráfico de clientes.
- c. Los dueños de FoodTrucks entrevistados, encuentran el proyecto llamativo por la locación.
- d. No existen competidores bajo el mismo formato cerca.

- e. El precio de alquiler del espacio es competitivo con respecto a otros parques de un giro similar al negocio.
- f. Con una estrategia de costos fijos, es llamativo para las ferias, que generarían un ingreso adicional.

### **5.2.2. Recomendación del objetivo específico número 1**

Con base a la información recabada, en primera instancia el negocio es financieramente viable, ya que representa un retorno grande de la inversión, se recomienda mantener estables los precios de alquiler, ya que la finalidad de los FoodTrucks es ser flexibles y adaptables, lo que podría generar que se puedan mover de lugar, que no sería lo recomendable en este caso.

Es importante que los dueños del local comercial comercialicen el punto a los dueños que esperan tener dentro del FoodTruck Garage, esto es primordial ya que es el principal ingreso que se va a tener, por lo que antes del parque estar disponible, se recomienda tener ya los clientes potenciales firmados. Se recomienda asistir a todas las ferias de comidas disponibles, para conocer las opciones que podrían estar interesados y realizar el acercamiento a los dueños con la propuesta.

Se recomienda también trabajar de la mano con grupos organizados, como FoodTrucks Costa Rica, que cuentan con una red de unidades que son parte del grupo, que, con un convenio, podrían darle al local comercial un cambio por periodos, sin perjudicar el ingreso de dinero que esto signifique.

Se recomienda también trabajar con empresarios pequeños y locales, para que puedan formar parte del espacio de forma temporal, agregando una opción de compra a los consumidores.

Finalmente, es importante realizar alianzas estratégicas con grupos empresariales, lo que podría llevar al lugar a ser centro de reuniones, de eventos empresariales y artísticos, generando

un flujo de ingreso adicional, y claro, un mejor encadenamiento productivos con los empresarios dueños de las unidades.

### **5.3. Conclusión objetivo específico numero 2**

**Objetivo Especifico No. 2.** Establecer los elementos organizacionales, técnicos, legales y ambientales que afectan directamente la implementación del negocio.

#### **5.3.1. Conclusión del objetivo específico número 2**

Mediante los diferentes estudios realizados en esta investigación, se concluye para cada uno de ellos:

##### **5.3.1.1. Conclusión elementos organizacionales**

Para los elementos organizaciones de esta investigación, se lograron definir los puestos de trabajo necesarios para cubrir la estructura organizacional propuesta, con el respectivo costo que representan y las funciones que desempeñarían.

Se logró definir el interior de la compañía, dotándola de una visión, misión, y valores por los cuales se deben regir los dueños y los empresarios que formen parte del local comercial.

##### **5.3.1.2. Conclusión Estudio técnico**

El local comercial se encuentra en una zona de gran atractivo y afluencia de público, por lo que se el terreno a utilizar es ideal para este tipo de negocios; tomando como base la distribución de locales con el mismo giro de negocio, se realiza de forma exitosa la asignación de espacios y la definición de los mismos. Al ser un terreno familiar, no pagar alquiler también es favorable para la apertura de un negocio de este tipo, ya que la mayoría de las ganancias percibidas, serian para los dueños.

El parqueo es parte primordial para los negocios en la actualidad, por lo que contar con espacio para vehículos es favorable para el local, ya que atrae personas de otras localidades un poco más alejadas de Tibás.

#### **5.3.1.3. Conclusión Estudio Legal**

Con respecto al estudio legal, existen muchos requisitos para iniciar operaciones en Costa Rica, por lo que los tramites deben iniciarse lo antes posible, bajo el nombre de Journey FoodTruck Garage, es importante mantener la legalidad de la compañía, ya que como se observó en el crédito, para optar por un crédito de capital semilla o para algún emprendimiento, el negocio debe estar legalmente constituido, con periodos de operación.

#### **5.3.1.4. Conclusión Estudio Ambiental**

Con respecto al estudio ambiental, se concluye que se contarán con los permisos necesarios para operar, así como una distribución adecuada de los desechos, para trabajar en armonía con la municipalidad. Adicional, se realizará la concientización correspondiente a los clientes que visiten el local, como a los empresarios dueños de las unidades.

#### **5.3.1.5. Conclusión Estudio económico y financiero**

Con respecto al estado económico y local, se lograron definir precios microeconómicos del país, y como estos pueden afectar o beneficiar los resultados finales del negocio; con base en estos datos, se logró definir una estrategia de precios y se logró proyectar el ingreso durante los próximos 5 periodos.

Con el estudio financiero, se logró determinar la viabilidad del proyecto, utilizando diferentes herramientas de análisis financiero, que terminaron de confirmar con números, que el proyecto se

puede llevar acabo; se realizó el ejercicio con escenarios alterados para definir el riesgo del mismo, y de igual forma, el proyecto es viable.

### **5.3.2. Recomendación del objetivo específico número 2**

#### **5.3.2.1. Recomendación a la estructura organizacional.**

Se recomienda mantener la visión, misión y valores ya definidos en este documento, así como revisar dos veces al año, el costo de los salarios, en caso de existir alguna coyuntura económica, realizar los ajustes correspondientes.

Al ser empresas familiares, en ocasiones los dueños no quieren ser parte de la planilla, sin embargo, se recomienda mantener los pagos sin que importe si se trata de los dueños, esto, para que la información proyectada se mantenga.

#### **5.3.2.2. Recomendación al estudio técnico.**

En el estudio técnico, se recomienda revisar periódicamente la distribución de los espacios comerciales, con el fin de siempre contar con el mejor aprovechamiento posible.

Se recomienda firmar contratos con proveedores específicos para la compra de materiales, con el fin de abaratar los mismos en el futuro. Es importante contar con el abastecimiento de proveedores para los diferentes artículos de uso diario, para contar con disponibilidad siempre.

#### **5.3.2.3. Recomendación al estudio legal**

En este estudio, se recomienda legalizar la empresa lo antes posible, con asesoría del grupo de abogados de preferencia, esto con el fin de contar con requisitos para créditos especializados de capital semilla, emprendimientos y demás.

#### **5.3.2.4. Recomendación al estudio Ambiental**

En este apartado, se comianda siempre mantener programas de reciclaje y de la correcta manipulación de desechos, donde los empresarios puedan generar lo menos posible en emisiones, contar con rotulación en los basureros para la correcta distribución de los desechos.

#### **5.3.2.5. Recomendación estudio económico y financiero**

Con estos estudios, se recomienda estar al tanto de la actualidad financiera, con el finde determinar estrategias de precios cuando sea aplicable.

Se recomienda utilizar el flujo de caja proyectado, para confirmar que los datos sean correctos y se mantengan apegados a la realidad, para así tener herramientas para la toma de decisiones.

### **5.4. Conclusión objetivo específico numero 3**

**Objetivo Especifico No. 3:** Realizar un análisis económico financiero sobre la implementación del negocio.

#### **5.4.1. Conclusión del objetivo específico número 3**

Con base en el estudio financiero, se realizó el análisis de las variables financieras involucradas en este proyecto, donde todos los resultados fueron positivos, se concluye que el negocio es financieramente viable para los dueños utilizando el financiamiento, ya que el flujo constante de ingresos hace frente a la deuda adquirida y los dueños manejaran más ganancia, sin haber invertido de más en este proyecto.

#### **5.4.2. Recomendación del objetivo específico número 3**

Para este objetivo, se recomienda visitar los datos analizados al finalizar el periodo, para validar que los resultados se apegan a lo proyectado y que el negocio en efecto si fue viable financieramente, se recomienda utilizar la vía del financiamiento, ya que este aumenta el ingreso neto por la inversión, y las condiciones son óptimas.

Tabla 78 *Comparativo de Indicadores (Escenarios Con y Sin Financiamiento)*

INDICADOR:	Con Financiamiento		Sin Financiamiento
Aporte del Inversionista (Io)	7,000,000.00	←	15,000,000.00
Costo Promedio Pond. Capital (CPPC)	13.27%	→	10.84%
Valor Actual Neto (VAN)	28,917,257	→	26,889,105
Tasa Interna de Retorno (TIR)	142.12%	←	68.75%
Período Recuperación (PR)	1.7 años	←	2.37 años
Razón Beneficio/Costo (C/B)	413%	←	179%
Índice de Deseabilidad (ID)	5.13	←	2.79
Valor actual neto equivalente (VANA)	8,276,187	→	7,246,052
Costo Benef. Anualizado (VANAE/Io)	118%	←	48%

Fuente: Elaboración propia

## CAPITULO VI: PROPUESTA

## **6. Capítulo VI, Propuesta**

### **6.1. Descripción de la propuesta**

Según lo desarrollado en los capítulos iniciales y sobre todo en los apartados que componen el capítulo cuatro, donde se describen, analizan y se cuantifican todas las necesidades habidas en el negocio, es indispensable elaborar un plan y/o estrategia, el cual permita llevar a la realidad lo antes expuesto en este proyecto, por lo tanto, se establece la siguiente lista de tareas en orden cronológico y fechas propuestas.

#### **6.1.1. Etapa 1.**

La primera etapa de este proyecto es que la empresa sea legal, esto quiere decir que se encuentre debidamente inscrita en las diferentes instituciones de Costa Rica (Caja costarricense de seguro social, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Salud, Municipalidad) ya que como se recomendó en el capítulo 5 de este trabajo, es importante cumplir con este requisito, para tener acceso a créditos especiales en caso de requerir financiamiento. Esta etapa les llevaría aproximadamente un mes, el mismo se aplicaría en abril 2020.

#### **6.1.2. Etapa 2**

La segunda etapa del proyecto es comenzar a prospectar a los posibles clientes e inquilinos del local comercial, con el fin de poder brindarles el espacio, en cuanto todas las etapas de esta propuesta estén finalizadas, es importante contar con estos ya que son los ingresos que se espera tener. Se debe construir un resumen para los empresarios utilizando información de este documento (total población, monto que estarían dispuestos a pagar, horarios y demás.) Esto iniciará en paralelo a las siguientes etapas, al finalizar la primera, en la primera semana de mayo 2020.

### **6.1.3. Etapa 3**

La tercera etapa del proyecto es la formalización del crédito en Coopeservidores, ya que como se identificó en las variables financieras, contar con este capital, tomaría aproximadamente 3 semanas, mientras se entrega la documentación y se reciben los fondos. Se espera realizar esto, las primeas tres semanas de mayo del 2020.

### **6.1.4. Etapa 4**

Después de haber finalizado estas etapas, se procederá a distribuir los fondos de acuerdo se planificó, en primera instancia, se deben firmar los contratos se debe firmar los contratos con los proveedores, para contar con los servicios de estos. Esto requiere 1 semana para concretar las reuniones pertinentes, y se prevé se realizará durante la última semana de mayo.

### **6.1.5. Etapa 5**

Finalizada la firma de los contratos, el contratista a cargo de la construcción del servicio sanitario y los arreglos necesarios en el terreno procederá a completarlos, de acuerdo con la asignación de sus recursos. Este proceso se completará en 2 meses, iniciando en junio 2020.

### **6.1.6. Etapa 6**

Una vez iniciada la construcción del servicio sanitario, se procederá a realizar la compra de los artículos para las diferentes zonas del establecimiento, ya estipulados en el capítulo 4 de este documento. La compra de los artículos se prevé tarde aproximadamente un mes, iniciando la segunda semana de junio.

### **6.1.7. Etapa 7**

En paralelo a la etapa anterior, el personal empezará a contactar a posibles proveedores de servicios, con el fin de contar con una relación directa para el abastecimiento de productos de limpieza y uso personal de primera mano, y contar con disponibilidad siempre. Esto tomaría 2 semanas de tiempo, empezando la segunda semana de junio.

### **6.1.8. Etapa 8**

Una vez finalizadas las etapas anteriores, se prevé realizar el ordenamiento de los espacios y mobiliario, iniciando la primera semana de julio, esto tomaría 2 semanas de tiempo.

### **6.1.9. Etapa 8**

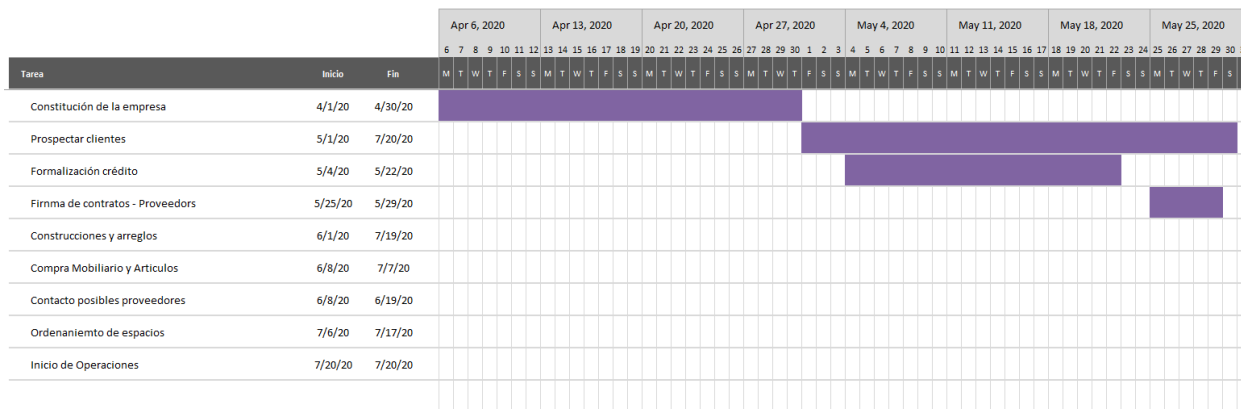
La última etapa de este proyecto es iniciar operaciones, lo cual será posible después de la segunda semana de Julio 2020.

## **6.2. Cronograma de implementación**

Para completar la puesta en marcha de las etapas presentadas en la propuesta, se detalla en el siguiente cronograma, el orden de las actividades según la relación entre las mismas.

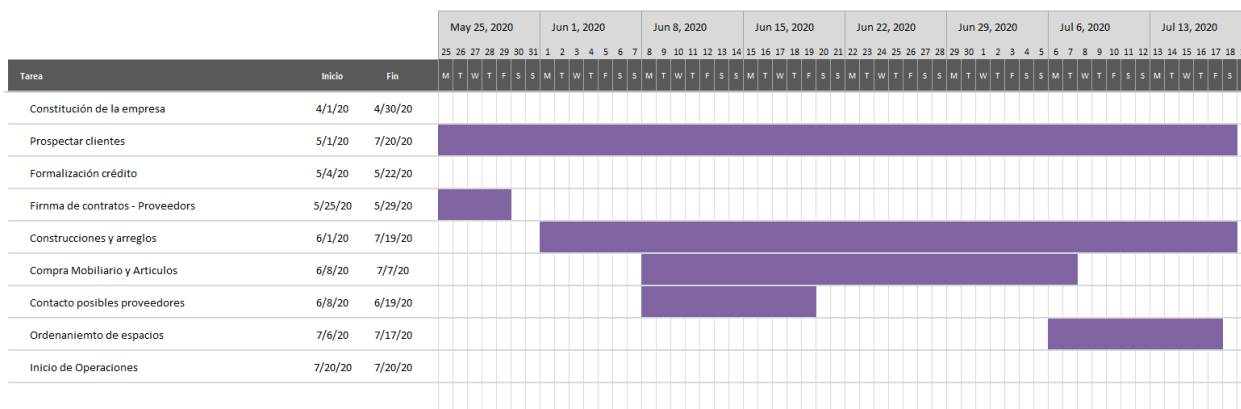
Por lo anterior a continuación se presenta la Gráfica de Gantt, expresando en ella los tiempos y actividades a realizar:

Gráfico 21 Diagrama de Gantt (Abril – Mayo)



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 22 Diagrama de Gantt (Junio - Julio)



Fuente: Elaboración propia

Si se logra implementar este cronograma con las fechas establecidas y de la forma adecuada, se iniciará con un mejor panorama, que les permitirá a los dueños, tener el mejor aprovechamiento de la inversión realizada.

## Bibliografía

## Bibliografía

- [Historia Cantón de Tibás.] (2013). Historia. Municipalidad de Tibás. Costa Rica. Recuperado de <http://www.munitibas.go.cr/index.php/historia>.
- [Historia del Equipo Saprissa] (s.f.). El Monstruo Recuperado de <http://www.deportivosaprissa.com/index.php/el-monstruo/>
- [Historia Oscar Mayer] (s.f.). Our Story. Estados Unidos. Oscar Mayer. Recuperado de <https://www.oscarmayer.com/our-story>
- [Manual Personas Emprendedoras] (2019). Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica.
- Aythami Perez, (2015). Food trucks, la historia de los camiones de comidas. España. Diego Coquillat, el periódico digital de los Restaurantes. Recuperado de <https://www.diegocoquillat.com/food-trucks-la-historia-de-los-camiones-de-comidas/>
- Cubero, Alexandra (2017). Parque de “food trucks” abrió en Curridabat. La República. Costa Rica. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/parque-de-food-trucks-abrio-en-curridabat>
- Fallas, Cristina. (2018). Esto es lo que debe saber si piensa invertir en un food truck. El Financiero. Costa Rica. Recuperado de [https://www.elfinancierocr.com/negocios/esto-es-lo-que-debe-saber-si-quiere-invertir-en-un/ZZTYWF3U55DLJMWAPKBO6H7IXU/story/?li\\_source=LI&li\\_medium=article\\_page\\_bottom&li\\_pl=0a55d421-c483-4e80-8c5d-250b68c4b7f3&li\\_tr=article\\_page\\_bottom](https://www.elfinancierocr.com/negocios/esto-es-lo-que-debe-saber-si-quiere-invertir-en-un/ZZTYWF3U55DLJMWAPKBO6H7IXU/story/?li_source=LI&li_medium=article_page_bottom&li_pl=0a55d421-c483-4e80-8c5d-250b68c4b7f3&li_tr=article_page_bottom)
- Florida, Richard. (2018). Las ciudades más amigables con los 'food trucks' en EEUU. Univisión. Estados Unidos. Recuperado de <https://www.univision.com/noticias/citylab-emprendimiento/las-ciudades-mas-amigables-con-los-food-trucks-en-eeuu>
- Fontaine, Ernesto. (2015). Evaluación social de proyectos. Mexico, Mexico: Pearson Educación de México S.A. de C.V.
- Landaeta María. (2013). El perfil del emprendedor de Costa Rica. 2014, de El Financiero Sitio web: [http://www.elfinancierocr.com/PyMEs/perfil-emprendedor-Costa-Rica\\_0\\_207579844.html](http://www.elfinancierocr.com/PyMEs/perfil-emprendedor-Costa-Rica_0_207579844.html)
- Lebendiker Fainstein, Marcelo. Herrera González, Rafael. (2016). Reporte Nacional 2014: la situación del emprendimiento en Costa Rica. Estado de la Nación, 1, 34+.
- Luque, Jordi (2015). Contra la moda de los FoodTrucks. El Comidista. España. Recuperado de [https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2015/09/17/articulo/1442502103\\_850256.html](https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2015/09/17/articulo/1442502103_850256.html)

- Madrigal, Rebeca. (2016). 'Food trucks' operan con restricciones por vacío regulatorio. La Nación. Costa Rica. Recuperado de <https://www.nacion.com/economia/negocios/food-trucks-operan-con-restricciones-por-vacio-regulatorio/Y3SBATFNFJCOPDWJPQMS74ILAI/story/>
- Premios Vendy. (s.f.). The Vendys and FAQs. Vendy Awards. Estados Unidos. Recuperado de <http://www.vendyawards.streetvendor.org/street-vendor-project>
- Sapag, N. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. (6a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Página 45. Tomado de <http://201.195.87.22:2222>
- Sy Corvo, Helmut. (s.f). Factibilidad financiera: qué es y análisis. Lifeder.Venezuela. Recuperado de <https://www.lifeder.com/factibilidad-financiera/>
- Luis Pérez. (diciembre 2013). Proyectos de Inversión. Agro Proyectos, 1, 1.
- Sanchez, Javier. (s.f.). Alquiler. Economipedia. España. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/alquiler.html>
- Rodriguez, Ortiz. (2000). Propiedades Geotecnicas de los Suelos. Órgano Profesional de Caminos, España.
- Saucedo Venegas, Humberto (2019). Auditoria Financiera del Capital de Trabajo en Pymes. Mexico, Mexico. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Thompson, Jeanneth. (2006). Evaluación de Proyectos: Conceptos. Promonegocios. n/a. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>
- CF, Marcela. (2016). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Finanzas Corporativas. n/a. Recuperado de <https://sites.google.com/site/finanzascorporativasips/unidad-3-evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion/3-2-tasa-promedio-de-rentabilidad/>
- El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas (2017). n/a. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- Aranda Usón, Alfonso (2009). Análisis de viabilidad económico financiero de un proyecto de energías renovables. Zaragoza, España. Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Casi, Jordi. Folguera, Laia. Formoso, Climent. (2014) Cuadernos Metodológicos. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas. IBSN 978-84-7476-653-0.
- Hernandez Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, Maria.2014, (p4+). Mitología de la Investigación. Mexico, Mexico. McGraw Hill / Interamericana Editores
- Echavarría, R. B. (2013). Investigación Un Camino al conocimiento. San José.
- Gitman., L. J. (2012). Principios de Administración Financiera (Décimo segunda edición ed.). México: Pearson.

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia:  
Lily Solano Arévalo

## ANEXOS

**Anexo 1: Encuesta a personas**

## Instrumento de recolección de Datos

El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión de los asistentes al Estadio Ricardo Saprissa y habitantes del cantón de San Juan de Tibás, sobre la apertura de un FoodTruck Garage en la zona. La información recolectada será utilizada para el proyecto de Graduación “ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020” y optar por el grado de Licenciatura.

Genero M ( ) F ( )

Edad: ( ) menor a 20 años

( ) 20 a 29 años

( ) 30 a 39 años

( ) 40 a 49 años

( ) 50 a 59 años

( ) 59 a 69 años

( ) 70 o más años

1) ¿Frecuenta usted restaurantes de comida rápida / casual regularmente?

( ) Si

No

\*Si su respuesta es No, pase a la pregunta

2) Si la respuesta fue si en la pregunta anterior, ¿Cuántas veces a la semana come fuera?

Entre 1 y 2

3 y 5

Más de 5

x3) ¿Cuándo sale a comer afuera, cual es el presupuesto que aproximadamente destina para este fin?

de 2,000.00 a 3,000.00 colones

de 3,000.00 a 5,000.00 colones

de 5,000.00 a 7,000.00 colones

Más de 7,000.00 colones.

4) ¿Cuándo se trata de comer afuera, que opción prefiere?

Desayuno

Almuerzo

Cena

Indiferente

5) ¿Cuándo sale a comer afuera, que opción prefiere?

Un restaurante fijo

Comida rápida

Una plaza de Comida

6) De salir a comer afuera, seleccione una de las siguientes opciones

Prefiero entre semana

Prefiero salir los vienes

Prefiero salir los sábados

Es indiferente

7) Con respecto al Estadio Ricardo Saprissa

¿Generalmente asiste al estadio?

1 o 2 veces al mes

1 o 2 veces a la semana

Nunca

8) Con respecto al Estadio Ricardo Saprissa

¿Cuándo asiste al Estadio, generalmente consume alimentos afuera?

Si

No

Depende de \_\_\_\_\_

9) Conoce lo que son los FoodTrucks?

Si

No

10) ¿Podría nombrar los FoodTrucks que conoce?

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

11) ¿Asistiría a un lugar que cuente con varios FoodTrucks para consumir sus alimentos?

Si

No

12) ¿Cuánto sería lo máximo que pagaría por un platillo?

de 2,000.00 a 4,000.00 colones

de 4,000.00 a 6,000.00 colones

más de 6,000.00

## Anexo 2: Encuesta a Dueños de FoodTrucks

El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión de los dueños de unidades de FoodTruck, que son participantes de ferias y eventos especiales, los mismos se contactaron a través de redes sociales. La información recolectada será utilizada para el proyecto de Graduación “ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020” y optar por el grado de Licenciatura.

1). Cuando participan en eventos o festivales, el costo por estar ahí es:

de 100 a 250 USD

de 250 a 500 USD

de 500 a 1000 USD

Más de 1000 USD

Un porcentaje de las ventas

2). ¿Cuentan con un espacio fijo?

Si

No

3). ¿Estaría interesados en un espacio fijo?

Si

No

Depende\_\_\_\_\_

4). ¿Le interesaría conocer la opción frente al Estadio Ricardo Saprissa?

Si

No

5). ¿Le interesaría conocer la opción frente al Estadio Ricardo Saprissa?

de 1,000 a 1,500 USD

1,500 a 2,000 USD

Más de 2,000 USD

Por comisión (% de ventas)

### **Anexo 3: Entrevista a Empresaria**

El objetivo de esta entrevista es conocer la opinión de una empresaria que asiste a ferias y eventos especiales, para comercializar productos pequeños y/o de uso personal. La información recolectada será utilizada para el proyecto de Graduación “ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA JOURNEY FOOD TRUCK GARAGE EN TIBÁS, SAN JOSÉ, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE 2020” y optar por el grado de Licenciatura.

- 1). ¿Podría indicarme los tipos de servicios y productos que ofrece cuando la invitan a una feria de empresarios?
- 2). ¿Generalmente, cuando asiste a eventos de este tipo (ferias), es solo invitación o debe pagar por ser parte de esto? ¿Como realizan el cobro?
- 3). ¿Cuántos años de experiencia tiene participando en este tipo de ferias?
- 4). De ser invitada al lugar en Tibás, ¿asistiría cuando haya ferias donde pueda comercializar sus servicios?
- 5). ¿Por último, generalmente, como la contactan para este tipo de ferias?

## Anexo 4: Formulario de Inscripción Patronal

	<b>Caja Costarricense de Seguro Social</b> Dirección XXXXXX Área xxxxx/ Subárea xxxxxxxxx Telfs: xxxxxxxx
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Señores

Caja Costarricense de Seguro Social

En calidad de Representante Legal de la sociedad \_\_\_\_\_  
 Cédula Jurídica \_\_\_\_\_, inscrita en el Registro Público bajo el Tomo \_\_\_\_\_ Folio \_\_\_\_\_  
 Asiento \_\_\_\_\_. Solicito la inscripción (  ) reanudación (  ) patronal de dicha sociedad en la Caja Costarricense  
 de Seguro Social.

El centro de trabajo se ubica en \_\_\_\_\_

El nombre comercial del negocio es: \_\_\_\_\_

La sociedad desarrolla la actividad de \_\_\_\_\_ y tiene el  
 número telefónico: \_\_\_\_\_ fax: \_\_\_\_\_ correo electrónico para recibir la planilla  
 es: \_\_\_\_\_ La dirección o medio para notificaciones es:  
 \_\_\_\_\_

En caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del INS, detallar el número de póliza:  
 \_\_\_\_\_

**Solicitud de aplicación del esquema Base Ajustada Salarial para Microempresas en el Seguro de Salud:**

Deseo incorporarme al esquema de Base Ajustada Salarial: Sí (  ) No (  )

a. Número de cuenta IBAN en colones del patrono(a): \_\_\_\_\_

Los trabajadores que laboran al servicio del patrono se detallan a continuación (indicar el nombre y apellidos de los trabajadores tal como aparecen en el documento de identificación. En el caso de extranjeros que posean carné de asegurado, anotar como identificación el número de seguro social):

**NOTA: El trámite debe ser realizarlo por el Patrono o autorizar a otra persona mediante nota. El autorizado debe aportar original y copia del documento de identificación.**



**Caja Costarricense de Seguro Social**  
 Dirección XXXXXXXXX  
 Telfs: \_\_\_\_\_



Nombre Completo	Nº de identificación	Fecha de ingreso	Ocupación	Modalidad de pago (Hora, Día, Semana, Quincena, Mes)	Salario	Días laborados semana	Horario	Tiempo Descanso (Alimentación)

\*\* Puede adjuntar otras hojas a esta solicitud cuando existan más trabajadores o bien si cumplen una jornada de trabajo variable con las especificaciones respectivas.



## Anexo 5: Solicitud de Patente



### MUNICIPALIDAD DE TIBÁS

Solicitud de Licencia Municipal (PATENTE NUEVA)

#### DECLARACIÓN JURADA

#### Datos del Solicitante

Nombre del solicitante persona física o jurídica \_\_\_\_\_ N° de cedula \_\_\_\_\_

En caso de Sociedad nombre del Representante Legal \_\_\_\_\_ N° de Cedula \_\_\_\_\_

Se solicita patente para la actividad de (La actividad debe ser la misma aprobada en el Uso de Suelo y el Permiso Sanitario)

Dirección exacta del local comercial \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

Nombre comercial del negocio \_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_

Señalo como medio o lugar de notificaciones (dentro del Cantón de Tibás)

N° de Empleados: \_\_\_\_\_ Condición del Local: Excelente ( ) Buena ( ) Regular ( ) Deficiente ( )

#### Datos del dueño de la propiedad

Nombre del dueño persona física o jurídica \_\_\_\_\_ N° de cedula \_\_\_\_\_

En caso de Sociedad nombre del Representante Legal \_\_\_\_\_ N° de Cedula \_\_\_\_\_

Nosotros los abajo firmantes, de calidades antes mencionadas, apercibidos de las penas con que se castiga el delito de falso testimonio (**De 3 meses a 2 años de prisión según art 311 del Código Penal**) declaramos bajo fe de juramento, que la información anotada anteriormente en lo que corresponde a cada uno; es verdadera.

FIRMAS AUTENTICADAS POR NOTARIO

Firma del Solicitante  
Cedula \_\_\_\_\_

Firma Dueño de la Propiedad  
Cedula \_\_\_\_\_

Para que realice mi trámite de patente y retiro de documentos autorizo

Nombre: \_\_\_\_\_

Cédula: \_\_\_\_\_ Firma del autorizado: \_\_\_\_\_

NOMBRE, FIRMA, SELLO, TIMBRE CARNET N°

**Importante:** En caso de cierre definitivo del negocio, debe proceder inmediatamente a presentar el formulario de retiro de patente comercial, caso contrario esta seguirá activa con sus respectivas consecuencias fiscales y legales

**Todos nuestros trámites y servicios SON TOTALMENTE GRATUITOS**  
**La presente declaración NO DEBE presentar borrones ni tachaduras**



**MUNICIPALIDAD DE TIBÁS**  
**Departamento de Patentes**  
**Explotación de Licores, Traspaso y Traslado.**

**REQUISITOS**

- 1) Formulario original de Solicitud (Declaración Jurada), el cual debe presentarse debidamente lleno y firmado por TODOS los involucrados (las firmas deben ser autenticadas por notario). No obstante, si las firmas se realizan en presencia del Plataformista, no es necesaria la autenticación por parte del notario.
- 2) Original y copia ó copia certificada del Uso de Suelo debidamente aprobado por parte la Dirección Urbana, de la propiedad donde se instalará el negocio comercial con su respectivo plano catastrado
- 3) Original y copia ó copia certificada de la Inspección de Ingeniería debidamente aprobada por parte la Dirección Urbana, de la propiedad donde se instalará el negocio comercial.
- 4) Original y copia ó copia certificada de la cédula de identidad vigente por ambos lados tanto del solicitante como del dueño de la propiedad. (En caso de sociedad la del representante legal).
- 5) Si son sociedades, tanto el dueño de la propiedad como el solicitante, deberán aportar original y copia o copia certificada de la personería jurídica vigente con dos meses de expedida como máximo.
- 6) Original y copia ó copia certificada del contrato de arrendamiento del local con las firmas debidamente autenticadas. (En caso de que el dueño de la propiedad firme el formulario de solicitud, omite este requisito)
- 7) Original y copia o copia certificada del contrato de alquiler si la patente de licores está en arrendamiento con las firmas debidamente autenticadas.
- 8) Presentar original del Certificado de Patentes extendido por la Municipalidad. (traspaso o traslado)
- 9) Timbres Municipales por ₡500
- 10) Original y copia ó copia certificada de declaración jurada autenticada por notario mediante la cual se indique no haber infringido el artículo 19 de la Ley de Licores.
- 11) Original y copia ó copia certificada del Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud
- 12) Certificación de estar inscrito en Tributación Directa, con un máximo de dos meses reemitida.
- 13) Copia de recibos al día de la Patente de Licores, Patente Comercial y Cerveza.
- 14) Original y copia ó copia certificada del recibo vigente de Póliza de Riesgos del Trabajo INS (sí está funcionando).

**VER AL DORSO**



- 15) Tanto el solicitante de la patente así como el dueño de la Propiedad, deberán estar al día con el pago de Impuestos ( Servicios Urbanos, Bienes Inmuebles, Permisos de Construcción y Patentes, además de haber realizado la Declaración de Bienes Inmuebles de las propiedades que posean)
- 16) Original y copia ó copia certificada de nota de ACAM, en aplicación a la Ley 6683.
- 17) Antecedentes penales del solicitante
- 18) Estar al día con el pago de la Caja Costarricense del Seguro Social
- 19) Para venta de licores debe ajustarse a las distancias establecidas en el artículo N° 9 del Reglamento a la Ley de Licores.

**Nota:** Ninguna actividad lucrativa puede iniciar su explotación hasta que obtenga la Licencia Municipal autorizada. El incumplimiento de esta disposición obliga al cierre inmediato del negocio, artículo 79 del Código Municipal.

**\*Nota:** Cuando se deje de ejercer la actividad, es obligación del patentado solicitar el retiro de la Patente respectiva, caso contrario se le seguirá cobrando el impuesto establecido.

**\*\*Nota:** Es obligación del solicitante indicar medio y lugar para notificaciones, de lo contrario transcurridos 24 horas, quedará debidamente notificado (art 11 Ley de Notificaciones), por lo cual será su responsabilidad estar en contacto con el Departamento de Patentes.

<b>COSTO</b>	<b>LUGAR DE PAGO</b>
De acuerdo a la Ley de Patentes	Edificio Municipal, Cajas Recaudadoras
<b>INFORMACIÓN</b>	
Plataforma de Servicios, primer piso, Edificio Municipal	
<b>HORARIO</b>	<b>TELÉFONO</b>
De Lunes a Viernes de 8:00 am a 3:30 pm.	240-71-55, Ext:117, 124

**Todos nuestros trámites y servicios  
SON TOTALMENTE GRATUITOS**

**MUNICIPALIDAD DE TIBÁS**  
**Departamento de Patentes**  
**Requisitos Solicitud de Patente Nueva, Traspaso y Traslado.**

- 1) Formulario original de Solicitud (Declaración Jurada), el cual debe presentarse debidamente lleno y firmado por TODOS los involucrados (las firmas deben ser autenticadas por notario). No obstante, si las firmas se realizan en presencia del Plataformista, no es necesaria la autenticación por parte del notario.
- 2) Si la actividad comercial que se va a explotar esta ubicada en una urbanización, deberá obtener con anterioridad, la aprobación del cambio de Uso de Suelo por parte del Departamento de Catastro, de conformidad con el artículo IV.6.4.1 del Reglamento a la Ley de Construcciones.
- 3) Original y copia ó copia certificada del Uso de Suelo debidamente aprobado por parte la Dirección Urbana, de la propiedad donde se instalará el negocio comercial con su respectivo plano catastrado
- 4) Original y copia ó copia certificada de la Inspección de Ingeniería debidamente aprobada por parte la Dirección Urbana, de la propiedad donde se instalará el negocio comercial.
- 5) Original y copia ó copia certificada de la cédula de identidad vigente por ambos lados tanto del solicitante como del dueño de la propiedad. (En caso de sociedad la del representante legal).
- 6) Si son sociedades, tanto el dueño de la propiedad como el solicitante, deberán aportar original y copia o copia certificada de la personería jurídica vigente con dos meses de expedida como máximo.
- 7) Original y copia ó copia certificada del contrato de arrendamiento del local con las firmas debidamente autenticadas. (En caso de que el dueño de la propiedad firme el formulario de solicitud, omite este requisito)
- 8) Original y copia ó copia certificada del Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud
- 9) Original y copia ó copia certificada del Certificado Veterinario de Operación de SENASA para aquellas actividades donde medie la manipulación animal
- 10) Original y copia ó copia certificada del recibo vigente de Póliza de Riesgos del Trabajo INS
- 11) Presentar original del Certificado de Patentes extendido por la Municipalidad en caso de traslados y traspasos
- 12) Adjuntar timbre municipales por un monto de ₡500
- 13) Presentar la correspondiente certificación de estar inscrito en Tributación Directa con dos meses de expedida como máximo. (traspaso o patente nueva)
- 14) Las Personas Físicas o Jurídicas exoneradas por Ley, deberán igualmente solicitar la Licencia, demostrando mediante documentos idóneos cual Ley faculta la exoneración.
- 15) Tanto el solicitante de la patente así como el dueño de la Propiedad, deberán estar al día con el pago de Impuestos ( Servicios Urbanos, Bienes Inmuebles, Permisos de Construcción y Patentes, además de haber realizado la Declaración de Bienes Inmuebles de las propiedades que posean)
- 16) Estar al día con el pago de la Caja Costarricense del Seguro Social. (constancia se adquiere en la Plataforma de Servicios)

**Nota: Ninguna actividad lucrativa puede iniciar su explotación hasta que obtenga la Licencia Municipal autorizada. El incumplimiento de esta disposición obliga al cierre inmediato del negocio, artículo 79 del Código Municipal.**

**El formulario debe venir COMPLETO, SIN TACHONES NI BORRONES. Asegúrese que la información que conste en los requisitos guarde igualdad en los datos tales como nombre, cedula dirección, actividad etc**

**VER AL DORSO**



### REQUISITOS ADICIONALES

**Parqueos Públicos:** Visto Bueno del MOPT. **Universidades:** Autorización del CONESUP  
**Centros Educativos (Primaria y Secundaria):** Visto Bueno del Ministerio de Educación Pública  
**Salas de Belleza:** Visto Bueno de ACEBA. **Telecomunicaciones, Internet:** Visto Bueno SUTEL  
**Videos, Juegos Electrónicos, Espectáculos Públicos, otros:** Visto Bueno de la Oficina de Control y Calificación de Espectáculos Públicos.  
**Juegos, Espectáculos Públicos, Cines, Salón de Baile, Ferias, Café Internet, todo tipo de diversiones:** Visto Bueno del Teatro Nacional.  
**Videos, Juegos, Espectáculos públicos, Gimnasios, Restaurantes, Expendios de Licor y otros:** Visto Bueno de ACAM. **Seguridad Privada:** Autorización Ministerio de Seguridad Pública  
**Guarderías y Farmacias:** Permiso de Habilitación del Ministerio de Salud  
**Gasolineras:** Visto Bueno del MIRENEM.  
**Venta y Reparación de Armas:** Permiso Control de Armas y Explosivos, Ministerio de Seguridad.  
**Bancos, Financieras y Mutuales:** Visto Bueno de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEFIN) **Puestos de Bolsa:** Visto Bueno de la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL)  
**Régimen de Pensiones:** Autorización de la Superintendencia de Pensiones (SUPEN).  
**Radioemisoras, televisoras, TV Cable:** Autorización de la Oficina Nacional de Control de radio del Ministerio de Seguridad Pública.  
**Moteles, Hoteles, Casas de Alojamiento, Nigth Clubs, Salas de Masajes:** Visto Bueno del IMAS  
**Casinos:** deberá además de los requisitos indicados anteriormente, aportar la calificación del Instituto Costarricense de Turismo que debe ser Hotel de tres o más estrellas y declaratoria turística.  
**Casas de Empeño (compra y venta):** Deberá además de los requisitos indicados anteriormente, presentar 3 cartas de recomendación de negocios afines con la actividad, debidamente autenticados por Notario. La solicitud debe ser a nombre de una persona física. Nómina de empleados y sus correspondientes cédulas de identidad certificadas. Dirección exacta de la casa de habitación del propietario y de sus empleados. Certificación del Registro de Delincuencia del propietario y los empleados. Libro autorizado por la dirección General de Tributación Directa en el que se asentarán todas las operaciones con indicación del objeto comprado, vendido o depositado en prenda y sus correspondiente números o marcas de identificación o en su defecto la descripción más detallada posible, el precio de compra y venta, el monto del préstamo, el número de cédula de identidad o de Residencia de la persona que realiza la correspondiente operación.



**\*Nota: Cuando se deje de ejercer la actividad, es obligación del patentado solicitar el retiro de la Patente respectiva, caso contrario se le seguirá cobrando el impuesto establecido.**

**\*\*Nota: Es obligación del solicitante indicar medio y lugar para notificaciones, de lo contrario trascurridos 24 horas, quedará debidamente notificado (art 11 Ley de Notificaciones), por lo cual será su responsabilidad estar en contacto con el Departamento de Patentes.**

<b>COSTO</b>	<b>LUGAR DE PAGO</b>
De acuerdo a la Ley de Patentes	Edificio Municipal, Cajas Recaudadoras
<b>INFORMACIÓN</b>	
Plataforma de Servicios, primer piso, Edificio Municipal	
<b>HORARIO</b>	<b>TELÉFONO</b>
De Lunes a Viernes de 8:00 am a 3:30 pm.	240-71-55, Ext:117, 124

**Todos nuestros trámites y servicios  
SON TOTALMENTE GRATUITOS**

### Anexo 6: Solicitud Permiso Sanitario

		FORMULARIO UNIFICADO DE SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO							
<b>A. INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO:</b> <i>(No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde libre de tachaduras)</i>									
1	MOTIVO DE PRESENTACION	2	GRUPO DE RIESGO			3	CODIGO(S) CIUJ:		
	1 ERA VEZ		A	B	C			4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO ♦PRINCIPAL:
	RENOVACION								
5 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:									
6 PROVINCIA:		7 CANTON:		8 DISTRITO:					
9 DIRECCION EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (CALLE/AVENIDA Y OTRAS SENAS ESPECIFICAS):									
10 TELEFONOS:		11 N° DE FAX:		12 APDO. POSTAL:		13 CORREO ELECTRONICO:			
14 NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:					15 N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:				
16 TELEFONOS:		17 N° DE FAX:		18 APDO. POSTAL:		19 CORREO ELECTRONICO:			
20 LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:									
21 RAZON SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:					22 CEDULA JURIDICA:				
23 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE					24 N° DOCUMENTO DE IDENTIDAD:				
25 TELEFONO:		26 N° DE FAX:		27 APDO. POSTAL:		28 CORREO ELECTRONICO:			
29 LUGAR O MEDIO DE NOTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL INMUEBLE:									
30 N° TOTAL DE EMPLEADOS:		31 N° HOMBRES:		N° MUJERES:		32 N° TOTAL DE OCUPANTES:			
33 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):				34 HORARIO DE ATENCION DE USUARIOS:					
35 AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS:									
36 DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS OFERTADOS: <i>(Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario):</i>									
37 GENERA RESIDUOS PELIGROSOS: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO CANTIDAD POR MES:									
38 FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO: AUTENTICACION:									
<b>B. LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD (Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).</b>									
39 FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:				40 NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD:					
41 SELLO				42 N° DE SOLICITUD:					
<b>C. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD</b>									
1. DECLARACION JURADA (Solo en caso de primera vez) <input type="checkbox"/>									
2. COPIA DE COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS <input type="checkbox"/>									
3. COPIA DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Solo en caso de primera vez) <input type="checkbox"/>									
4. CERTIFICACION REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERIA JURIDICA VIGENTE (Solo en caso de primera vez) <input type="checkbox"/>									
<b>D. USO EXCLUSIVO PARA ACTIVIDADES DEL GRUPO C:</b>									
Para las actividades del Grupo C, el presente formulario con la debida firma del funcionario que recibe la solicitud y sello de la DARS constituirá el Certificado de Permiso de Funcionamiento.				 PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO N° _____ FECHA: _____ TIENE VALIDEZ DE _____ AÑOS SELLO FECHA DE VENCIMIENTO: _____ NOMBRE Y FIRMA: _____ / _____ <i>(Funcionario que recibe la solicitud)</i>					

Casilla Nº 1 Motivo de presentación: Marcar con una "x" la Casilla correspondiente:	Solicitud PSF por primera vez: Aplica para establecimientos, empresas o negocios que nunca han solicitado PSF, para aquellos que van a iniciar operaciones. Renovación PSF: aplica para todos los establecimientos, empresas o negocios a los cuales se les ha otorgado el PSF y se encuentra a un mes de su vencimiento.
Casilla Nº 2 Grupo de riesgo:	Marcar con una "x" la Casilla del grupo de riesgo al que pertenece la actividad, para la cual usted solicita PSF. (Ver Anexo No. 1 <a href="#">Tabla</a> de clasificación de establecimientos y actividades según riesgo sanitario ambiental del presente Reglamento).
Casilla Nº 3 Código CIU:	Anotar el número de código que la "clasificación industrial internacional uniforme" asigna a su actividad, usando como referencia el anexo 1 del presente Reglamento. Si existen varias actividades principales con distintos códigos CIU, deberán indicarse todos estos.
Casilla Nº 4 Tipo de actividad o servicio:	Anotar el tipo de actividad principal (aquella actividad que se considera de mayor riesgo sanitario o ambiental según se señala en el Anexo No. 1 del presente Reglamento) que desarrolla dentro de su establecimiento. En caso de desarrollar otra (s) actividad (es) accesoria (s) (aquella actividad que se lleva a cabo en un establecimiento como complemento de su actividad principal, depende de esta última y pertenece al mismo propietario o representante legal), se deben señalar.
Casilla Nº 5 Nombre comercial del establecimiento, empresa o negocio que solicita PSF:	Anotar claramente el nombre comercial del establecimiento, empresa o negocio para el cual solicita el PSF.
Casillas Nº 6, 7, 8:	Anotar de acuerdo a la división territorial existente, el número asignado a la provincia, cantón y distrito donde se ubica el establecimiento, empresa o negocio.
Casilla Nº 9 dirección exacta del establecimiento (otras señas específicas):	Anotar claramente la dirección, del local, señalando calles, avenidas, nombre del barrio y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente el establecimiento, empresa o negocio.
Casillas Nº 10, 11, 12, 13:	Anotar claramente los números telefónicos, fax, apartado postal y correo electrónico, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casilla Nº 14 nombre del representante legal de la actividad o establecimiento.	En caso de ser persona física debe anotar forma legible el nombre y apellidos del representante legal de la actividad o del establecimiento. Si es persona jurídica indicar el nombre y apellidos del representante legal.
Casilla Nº 15: Número de documento de identidad.	Anotar el número de documento de identidad vigente respectivo.
Casillas Nº 16, 17, 18, 19:	Anotar claramente los números telefónicos, fax, apartado postal y correo electrónico del Representante Legal de la actividad o establecimiento, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casilla Nº 20: Lugar o medio notificación del representante legal de la actividad o establecimiento.	Anotar en forma legible la dirección o medio para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al representante legal de la actividad o establecimiento.
Casillas Nº 21 Y 22 Razón social de la actividad o establecimiento	Anotar claramente la razón social de la actividad o establecimiento y el número de cédula jurídica
Casilla Nº 23 y 24 Nombre del representante legal del inmueble.	Anotar el nombre y apellidos, del representante legal del inmueble su Nº de documento de identidad.
Casillas Nº 25,26,27 y 28:	Anotar claramente los números telefónicos, fax, apartado postal y correo electrónico del Representante Legal del inmueble con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casillas Nº 29: Lugar o medio de notificación del Representante Legal del inmueble.	Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al Representante Legal del inmueble.
Casillas Nº 30 y 31 Total, de empleados por sexo	Anotar la suma total de trabajadores que laboran en el establecimiento, empresa o negocio, seguidamente anotar el número empleados según sexo.
Casilla Nº 32 Número total de clientes u ocupantes	Indicar el número de personas que asisten al establecimiento en calidad de clientes o usuarios (aplica en caso de sitios de reunión pública o cualquier otro establecimiento donde se reúnan personas para recibir un servicio).
Casilla Nº 33: Horario de trabajo (apertura y cierre):	Indicar la jornada laboral diaria, que incluya la hora de inicio y final de labores, por ejemplo: 1 turno de 8 horas, de 8am a 4pm.
Casilla Nº 34: Horario de atención de usuarios:	Anotar la hora de inicio de atención a los usuarios y la hora en que finaliza. Cuando sea diferente al horario de trabajo.
Casilla Nº 35 Área de trabajo en metros cuadrados:	Anotar el tamaño en metros cuadrados del local o establecimiento.
Casillas Nº 36 Descripción de los servicios ofertados	Describir en forma detallada la oferta de servicios que prestará el establecimiento, indicar principalmente lo referente a procesos o procedimientos (si el espacio no es suficiente puede hacerlo en hojas adicionales).
Casillas Nº 37 Genera residuos peligrosos	Indicar si se generan residuos peligrosos producto del funcionamiento de la empresa o la actividad. En este caso debe contar con un Programa Integral de Manejo de Residuos de acuerdo a lo establecido en este Reglamento a la Ley General de Gestión Integral de Residuos DE-Nº 37567-S-MINAET-H
Casilla Nº 38: Firma del Representante Legal de la actividad o establecimiento	En este espacio se debe consignar la firma del Representante Legal de la actividad o establecimiento. En caso de que no sea el Representante Legal de la actividad quien presente la solicitud, esta firma debe ser autenticada por un abogado.

**DECLARACIÓN JURADA PARA TRÁMITES DE SOLICITUD DE PERMISOS  
SANITARIOS DE FUNCIONAMIENTO POR PRIMERA VEZ O RENOVACIONES.**

Yo: \_\_\_\_\_, con domicilio en \_\_\_\_\_  
 Distrito \_\_\_\_\_, Cantón \_\_\_\_\_, Provincia \_\_\_\_\_, Otras señas  
 N° \_\_\_\_\_, documento de identidad  
 (Especifique): \_\_\_\_\_ del establecimiento denominado:  
 \_\_\_\_\_, cuyas actividades que se realizan son:

Dirección del establecimiento: \_\_\_\_\_, cuya  
 razón social es: \_\_\_\_\_ Con Cédula Jurídica N° \_\_\_\_\_, Solicito me sea  
 otorgado el permiso que señala la Ley General de Salud, a mi representada, para lo cual declaro bajo fe de juramento y que  
 de no decir la verdad incurro en perjurio sancionado con pena de prisión según el Código Penal y consciente de la  
 importancia de lo aquí anotado, lo siguiente:

**Primero:** Que la actividad señalada en el formulario de solicitud del PSF que se realizará en el establecimiento denominado  
 \_\_\_\_\_ cumple con toda la normativa establecida para el caso en concreto.

**Segundo.** - Que la información que contiene el formulario unificado que adjunto a esta declaración es verdadera.

**Tercero.** - Que en cumplimiento de lo establecido en los artículos 44, 74 y 74 bis de la Ley Constitutiva de la Caja  
 Costarricense de Seguro Social y el artículo 66 del Reglamento del Seguro Social, me comprometo a la inscripción como  
 patrono o trabajador independiente dentro de los ocho días hábiles posteriores al inicio de la actividad. Asimismo, declaro  
 estar al día en el pago de mis obligaciones con esa institución.

**Cuarto.** - Que cumplo con lo establecido en la Ley N° 9028 del 22 de marzo de 2012 "Ley General de Control de Tabaco y  
 sus Efectos Nocivos a la Salud" y sus reglamentos (así adicionado el punto "tercer bis" anterior por el inciso a) del artículo  
 61 del Reglamento a la Ley General de Control de Tabaco y sus Efectos Nocivos en la Salud, aprobado mediante el decreto  
 ejecutivo N° 37185-S de 26 de junio de 2012).

**Quinto.** - Que conforme a lo establecido en el Decreto N° 36979-MEIC, RTCR 458:2011 Reglamento de Oficialización del  
 Código Eléctrico de Costa Rica para la Seguridad de la Vida y de la Propiedad, artículo 5°, inciso 5.2.4.3, cuando  
 corresponda según el artículo 21 inciso 7 del Reglamento General para Autorizaciones y de Permisos Sanitarios de  
 Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud y sus reformas, cumplo con lo ahí exigido.

**Sexto.** - Que de conformidad con lo establecido en el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de  
 Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud en su Artículo 9, Condiciones Previas, mi representada cumple con lo  
 ahí solicitado y para ello suministro la siguiente información según corresponda: (Aplica solo para trámites de permisos  
 sanitarios de funcionamiento por primera vez).

1- Resolución Municipal de Ubicación N° \_\_\_\_\_ otorgada por la Municipalidad de \_\_\_\_\_,  
 emitida el día \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

2- Viabilidad (licencia) Ambiental N° \_\_\_\_\_ emitida por la SETENA el día \_\_\_\_\_ del mes de  
 \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

3- Oficio N° \_\_\_\_\_ de nota emitida por el Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario indicando que  
 acepta el volumen de las aguas residuales del establecimiento que serán vertidas en el alcantarillado sanitario, otorgada el día  
 \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_ o Permiso de vertido N° \_\_\_\_\_ emitido por el MINAE  
 que permita descargar aguas residuales al cuerpo de agua \_\_\_\_\_, otorgado el día \_\_\_\_\_ del  
 mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

4. Certificado de regencia profesional vigente otorgada por el Colegio Profesional correspondiente: \_\_\_\_\_

5. Certificado de operación del establecimiento vigente extendida por el Colegio Profesional correspondiente:  
\_\_\_\_\_.

6. Permiso de funcionamiento para calderas vigente extendida por el Ministerio: \_\_\_\_\_.

7. Resolución N° \_\_\_\_\_ de la DPAH autorizando la utilización de la fuente de emisiones de radiaciones ionizantes.

8. Contrato N° \_\_\_\_\_ asignado por el Colegio de Ingenieros y Arquitectos a los planos constructivos.

Además, declaro que la actividad para la cual solicito el PSF, cumple con los requisitos señalados para la solicitud del trámite por primera vez según el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud.

**Séptimo.** - Asimismo, me comprometo a mantener las condiciones debidas por el tiempo de vigencia del permiso y cumplir con los términos de la normativa antes indicada, por ser requisito indispensable para la operación de mi establecimiento, de igual forma me comprometo que todos los servicios brindados y los productos, equipos y materiales que se comercialicen o utilicen dentro del establecimiento que represento, cuando proceda, estarán debidamente autorizados por el Ministerio de Salud y a no ampliar o cambiar de actividad sin la autorización previa de este Ministerio.

**Octavo.** - Por lo anterior, quedo apercibido de las consecuencias legales y judiciales, con que la legislación castiga el delito de perjurio. Asimismo, exonero de toda responsabilidad a las autoridades del Ministerio de Salud por el otorgamiento del PSF con base en la presente declaración. **ADEMÁS:** condecorador de las consecuencias legales y administrativas de la presente declaración jurada, manifiesto y autorizo en forma expresa para que la autoridad de salud correspondiente, proceda a suspender o a cancelar el Permiso Sanitario de Funcionamiento, según corresponda, y prosiga con la clausura del establecimiento para el cual tramito el presente Permiso Sanitario de Funcionamiento, si se llegase a corroborar alguna falsedad en la presente declaración, errores u omisiones en los documentos aportados, o que los servicios prestados y/o los productos comercializados dentro de mi establecimiento no cuentan con la debida autorización sanitaria. **ES TODO.**

Firmo en \_\_\_\_\_ a las \_\_\_\_\_ horas del día \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

Firma: \_\_\_\_\_

Es auténtica: \_\_\_\_\_

#### INSTRUCCIONES:

- a) En caso de persona jurídica debe aportar la certificación registral o notarial de la personería la cual tendrá una vigencia de un mes. La certificación digital expedida por el Registro Público tendrá una validez de 15 días naturales.
- b) En caso de que un tercero realice el trámite se debe adjuntar fotocopia de documento de identificación de quien solicita el PSF (eventual titular), además de la respectiva autorización.
- c) Solamente podrá rendir la declaración jurada quien esté facultado legalmente para dicho acto.
- d) Si la firma es digital no se requiere de autenticación. Igualmente, no requerirá autenticación si el gestionante realiza el trámite personalmente.”