



UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
SEDE LLORENTE DE TIBÁS

**Administración de Negocios con Énfasis
en Banca Y Finanzas**

Tesis presentada para optar por el
Grado Académico de Licenciatura

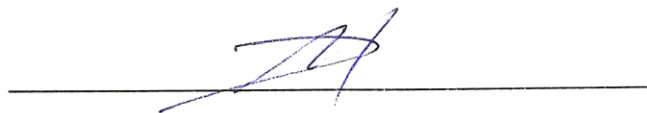
***PROYECTO DE PRE FACTIBILIDAD PARA
LA CREACIÓN DE UNA PYME ORGANIZADORA
DE EVENTOS EN EL CANTÓN DE MORAVIA***

Autor
JUAN PABLO JIMÉNEZ VALVERDE

San José, Costa Rica
Marzo, 2017

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Juan Pablo Jiménez Valverde, cédula de identidad número 1-0999-0699, en condición de egresado de la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación para optar por el título de Licenciatura- titulado: Proyecto de Pre Factibilidad para creación de una PYME organizadora de eventos, en el Cantón de Moravia, es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos 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; especialmente el numeral 70 de dicha ley en el que se establece: "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, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de (Llorente de Tibás), San José, 30 de enero de 2017.

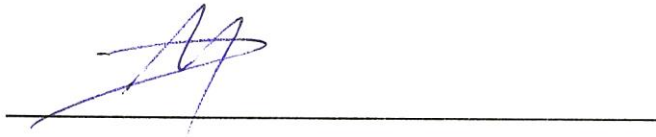


Juan Pablo Jiménez Valverde

Cédula: 1-0999-0699

MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El suscrito Juan Pablo Jiménez Valverde con cédula de identidad número 1-0999-0699, exonero de toda responsabilidad a la Universidad Hispanoamericana, así como al Tutor y Lector que han revisado el presente Trabajo Final de Graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas de la Universidad Hispanoamericana; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo. Asimismo, autorizo a la Universidad Hispanoamericana, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitando el mismo en el sitio web; así como en el CENIT, San José, 30 de enero de 2016.



Juan Pablo Jiménez Valverde

Cédula: 1-0999-0699

CARTA TUTOR

San José, 25 de enero de 2017

Señores
Carrera Administrador de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

El estudiante Juan Pablo Jiménez Valverde, cédula de identidad número 1-0999-0699, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado Proyecto De Pre Factibilidad Para Creación De Una Pymes Organizadora De Eventos, En El Cantón De Moravia, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas.

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

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

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	9%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	18%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	29%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	19%
	TOTAL	100%	95%

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

Atentamente,



MBA Alexander Cordero Céspedes, Lic.
Cédula Identidad N.1-0732-0096
Carné Colegio Profesional N.5813

CARTA LECTOR

08 de marzo del 2017

Universidad Hispanoamericana
Sede Heredia
Administración de Negocios

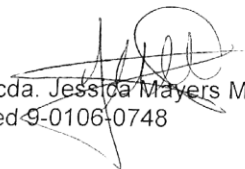
Estimado señor

La estudiante Jimenez Valverde Juan Pablo cedula 1-0999-0699 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"PROYECTO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME ORGANIZADORA DE EVENTOS EN EL CANTÓN DE MORAVIA."**, el cual han elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Banca & 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. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

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

Atte.


Licda. Jessica Mayers Marin
Ced-9-0106-0748

CARTA FILÓLOGO

San José, 14 de marzo de 2017

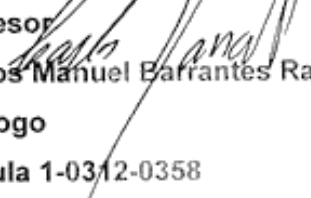
Señores
Departamento de Registro
Universidad Hispanoamericana

Estimados señores:

He revisado y corregido los aspectos referentes a la estructura gramatical, ortografía, puntuación, redacción y vicios del lenguaje de la Tesis de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas, denominado "PROYECTO DE PRE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA PYMES ORGANIZADORA DE EVENTOS, EN EL CANTÓN DE MORAVIA", elaborada por el estudiante Juan Pablo Jiménez Valverde, puedo afirmar que está escrita correctamente, según las normas de nuestra Lengua Materna.

Respeté, a lo largo del trabajo, el estilo del autor.

Atentamente


Profesor
Carlos Manuel Barrantes Ramirez
Filólogo
Cédula 1-0312-0358
Carné afiliado 16308 (Colegio de Licenciados y Profesores)
Cel: 8397-1348

CONTENIDO

CONTENIDO.....	IV
DECLARACIÓN JURADA.....	XVII
MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD	XVIII
CARTA TUTOR	XIX
CARTA LECTOR	XX
CARTA FILÓLOGO.....	XXI
DEDICATORIA.....	XXII
AGRADECIMIENTOS.....	XXIII
ABREVIATURAS	XXIV
RESUMEN.....	XXV
CAPÍTULO I.....	26
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	27
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	27
1.1.1 Antecedentes del problema.....	27
1.1.2 Descripción del problema.....	28
1.1.3 Problematización del problema	30
1.1.4 Justificación del problema.....	30
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	35
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	36
1.3.1 Objetivo general	37
1.3.2 Objetivos específicos.....	37
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES	38
1.4.1 Alcances.....	38
1.4.2 Limitaciones	39
1.5 APORTE DEL INVESTIGADOR	40
1.5.1 Delimitación espacial	40
1.5.2 Delimitación temporal	40
1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	41
CAPÍTULO II.....	42

2.	MARCO TEÓRICO.....	43
2.1	ANTECEDENTES CONTEXTO HISTÓRICO	43
2.1.1	Estudios de viabilidad.....	43
2.1.2	Pequeña y Mediana Empresa (PYME).....	45
2.1.3	Organización de eventos.....	53
2.2	MARCO SITUACIONAL.....	55
2.2.1	Mapa del cantón de Moravia	56
2.2.2	Demografía	56
2.2.3	Misión y visión	57
2.2.4	Logo comercial de la Empresa	58
2.2.5	Valores.....	58
2.2.6	Análisis FODA	59
2.3	MARCO CONCEPTUAL	60
2.3.1	Análisis de viabilidad	60
2.3.2	Producto.....	62
2.3.3	Evento.....	63
2.3.4	Amortización	63
2.3.5	Capital de trabajo.....	64
2.3.6	Demanda potencial	64
2.3.7	Depreciación.....	65
2.3.8	Estructura de capital	65
2.3.9	Estudio técnico	66
2.3.10	Estudio de mercado	67
2.3.11	Estudio legal	68
2.3.12	Estudio financiero.....	69
2.3.13	Estudio organizacional- administrativo.....	69

2.3.14	Flujo de efectivo	70
2.3.15	Mercado	71
2.3.16	Período de recuperación de la inversión.....	71
2.3.17	Punto de equilibrio	72
2.3.18	Riesgos	73
2.3.19	Sistema de análisis DuPont	73
2.3.20	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	74
2.3.21	Utilidad	75
2.3.22	Valor Actual Neto (VAN)	75
2.4	CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN	76
2.5	TIPOS DE GRÁFICOS	77
2.5.1	Definición gráfico circular	77
2.5.2	Definición gráfico columna.....	78
2.5.3	Definición gráfico lineal.....	79
CAPÍTULO III		80
3.	MARCO METODOLÓGICO	81
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	81
3.1.1	Finalidad de la investigación	81
3.1.2	Alcance temporal de la investigación.....	83
3.1.3	Dimensión temporal de la investigación	83
3.1.4	Marco de la investigación.....	85
3.1.5	Carácter de la investigación.....	86
3.1.6	Naturaleza de la investigación.....	87
3.1.7	Orientación de la investigación	88
3.2	SUJETOS Y FUENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	90
3.2.1	Sujetos de información	90
3.2.2	Fuentes de información	91

3.2.3	Fuentes de información primaria.....	91
3.2.4	Fuentes de información secundaria	92
3.3	SELECCIÓN MUESTREO	93
3.3.1	Muestreo	94
3.3.2	Determinación de la muestra	95
3.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS Y DE INFORMACIÓN	97
3.5	DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES	98
3.6	DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	99
3.7	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	101
CAPÍTULO IV		102
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	103
4.1	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN VIGENTE REALIZANDO UN ESTUDIO DE MERCADO	103
4.1.1	Codificación y tabulación de información.....	103
4.1.2	Análisis de datos.....	104
4.1.3	Análisis de resultados	127
4.2	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	128
4.2.1	Demanda potencial	128
4.3	MEZCLA DE MERCADEO	129
4.3.1	Producto.....	129
4.3.2	Proveedores	130
4.3.3	Precio	131
4.3.4	Promoción.....	132
4.3.5	Plaza	133
4.3.6	Publicidad.....	134
4.4	COMPETENCIA	134
4.5	ESTUDIO TÉCNICO	135
4.5.1	Localización de la empresa.....	135

4.5.2	Distribución de las instalaciones	136
4.5.3	Descripción de bienes y mobiliario para oficina	136
4.5.4	Suministros de oficina	138
4.5.5	Artículos de limpieza.....	140
4.5.6	Artículos de consumo diario.....	141
4.6	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	142
4.7	GASTOS POR SERVICIOS PÚBLICOS	143
4.7.1	Costo mensual del servicio de agua.....	143
4.7.2	Costo mensual del servicio de electricidad	144
4.7.3	Costo Internet, telefonía y cable digital.....	145
4.8	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	146
4.8.1	Estructura organizacional	146
4.8.2	Estructura salarial	148
4.8.3	Jornada de trabajo.....	148
4.8.4	Vacaciones.....	148
4.8.5	Preaviso y cesantía.....	149
4.8.6	Aguinaldo	149
4.8.7	Cargas sociales	150
4.9	ESTUDIO LEGAL	150
4.9.1	Inscripción de la empresa como contribuyente tributario	151
4.9.2	Inscripción de la empresa ante el Instituto Nacional de Seguros (INS).....	152
4.9.3	Inscripción de la empresa ante la C.C.S.S.....	152
4.9.4	Inscripción de la empresa ante el Ministerio de Salud	153
4.9.5	Patente comercial.....	154
4.10	ESTUDIO FINANCIERO	154
4.10.1	Inversión inicial	154
4.10.2	Ingresos.....	155

4.10.3	Costos fijos de operación.....	156
4.10.4	Costos variables.....	157
4.10.5	Salarios proyectados.....	157
4.10.6	Gastos proyectados.....	158
4.10.7	Financiamiento.....	159
4.10.8	Amortización.....	160
4.10.9	Flujo de efectivo.....	160
4.10.10	Tabla de supuestos para el escenario normal.....	160
4.10.11	Impuesto sobre la Renta.....	161
4.10.12	Tasa de redescuento.....	162
4.10.13	Reinversión o crecimiento.....	163
4.10.14	Flujo de efectivo escenario normal.....	163
4.10.15	Cálculo del VAN.....	165
4.10.16	Punto de equilibrio para el escenario normal.....	166
4.10.17	Análisis DuPont.....	166
4.10.18	Margen de contribución.....	168
4.10.19	Tabla de supuestos para el escenario optimista.....	168
4.10.20	Flujo de efectivo escenario optimista.....	168
4.10.21	Punto de equilibrio para el escenario optimista.....	170
4.10.22	Tabla de supuestos para el escenario pesimista.....	171
4.10.23	Tasa de redescuento escenario pesimista.....	171
4.10.24	Flujo de efectivo escenario pesimista.....	171
4.10.25	Punto de equilibrio para el escenario pesimista.....	173
4.11	RIESGOS.....	174
4.11.1	Riesgo de mercado.....	174
4.11.2	Riesgo crediticio.....	174

4.11.3	Riesgo operativo.....	175
4.11.4	Riesgo de liquidez	175
CAPÍTULO V		176
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	177
5.1	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	177
5.1.1	Conclusión y recomendación del objetivo general.....	177
5.1.2	Conclusiones y recomendaciones de los objetivos específicos	179
CAPÍTULO VI.....		181
6.	BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.....	188
6.1	BIBLIOGRAFÍA	188
6.1.1	Libros.....	188
6.1.2	Documentos en línea	189
6.2	ANEXOS	192

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del cantón de Moravia.....	56
Figura 2. Logo comercial Constru Eventos Vanessa S.A.	58
Figura 3. Ubicación de local comercial.....	135
Figura 4. Cuota mensual del agua.....	143
Figura 5. Cuota mensual servicio de electricidad.....	144
Figura 6. Tarifa básica mensual, Internet, telefonía y cable digital	145
Figura 7. Estructura organizacional de la PYME organizadora de eventos.....	147
Figura 8. Inversión inicial.....	155
Figura 9. Ingresos proyectados a un periodo de 5 años.....	156
Figura 10. Costos fijos de operación proyectados a 5 años.....	156
Figura 11. Costos variables de operación proyectados a 5 años.....	157
Figura 12. Incrementos salariales proyectados	157
Figura 13. Gastos proyectados a un periodo de 5 años	158
Figura 14. Cálculo de la cuota del crédito, B.N.C.R.	159
Figura 15. Tabla de amortización a un periodo de 5 años.....	160
Figura 16. Tabla de supuestos escenario normal	161
Figura 17. Cálculo de la tasa de redescuento para el escenario normal	162
Figura 18. Flujo de efectivo escenario normal	164
Figura 19. Cálculo del VAN, TIR y período de recuperación.....	165
Figura 20. Punto de equilibrio normal.....	166
Figura 21. Análisis DuPont.....	167
Figura 22. Margen de contribución	168
Figura 23. Tabla de supuestos escenario optimista.....	168
Figura 24. Flujo de efectivo escenario optimista	169
Figura 25. Cálculo del VAN, TIR y período de recuperación.....	170
Figura 26. Punto de equilibrio optimista.....	170
Figura 27. Tabla de supuestos escenario pesimista.....	171
Figura 28. Cálculo de la tasa de redescuento para el escenario pesimista.....	171
Figura 29. Flujo de efectivo escenario pesimista	172

Figura 30. Cálculo del VAN, TIR y período de recuperación.....	173
Figura 31. Punto de equilibrio pesimista	173

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Género?.....	105
Tabla 2. ¿Rango de edad?.....	106
Tabla 3. ¿Indique a qué sector corresponde su empresa?	107
Tabla 4. ¿Qué tipo de eventos corporativos realiza o requiere llevar a cabo su empresa?	108
Tabla 5. ¿Hace cuánto su empresa se encuentra establecida en el mercado?	109
Tabla 6. ¿Por cuáles medios busca información sobre empresas que brindan servicios de organización de eventos?	110
Tabla 7. ¿Cuenta actualmente con una empresa que le brinde con frecuencia los servicios de organización de eventos?	111
Tabla 8. ¿Dónde le gustaría que fuera su evento?	112
Tabla 9. ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año o qué estima que podría realizar?	113
Tabla 10. ¿Cuáles son los problemas que con mayor frecuencia se han presentado en la coordinación de eventos?	114
Tabla 11. ¿Cree usted que las empresas que realizan eventos ofrecen buenos productos y servicios?.....	115
Tabla 12. ¿Cuáles son las épocas de mayor criticidad a la hora de requerir coordinar una actividad?	116
Tabla 13. ¿Cuánto hace que usted contrató un evento?	117
Tabla 14. ¿Está conforme con los costos que maneja su organizadora de eventos versus el presupuesto y la calidad del servicio?.....	118
Tabla 15. ¿Le han gustado las fiestas y/o eventos a los que ha asistido últimamente?	119
Tabla 16. ¿Cuáles son los factores por los cuales contrataría a otra empresa para que organice sus eventos?	120
Tabla 17. ¿Le parecen interesantes y variadas las decoraciones de los eventos a los que ha asistido?	121

Tabla 18. ¿Estaría dispuesto a contratar una nueva empresa organizadora de eventos?	122
Tabla 19. ¿En qué meses del año con frecuencia organiza o proyecta organizar eventos?	123
Tabla 20. ¿El concepto de organización de eventos con que lo identifica?	124
Tabla 21. ¿Le gustan las fiestas y/o eventos sociales?	125
Tabla 22. ¿Cómo califica los servicios recibidos en la organización de sus eventos, por parte de la(s) empresa(s) contratada(s) por usted?.....	126
Tabla 23. Bienes y mobiliario.....	137
Tabla 24. Suministros de oficina	138
Tabla 25. Artículos de limpieza	140
Tabla 26. Artículos de consumo diario.....	141
Tabla 27. Depreciación de activos	142
Tabla 28. Impuesto sobre la Renta.....	162

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. ¿Género?.....	105
Gráfico 2. ¿Rango de edad?.....	106
Gráfico 3. ¿Indique a qué sector corresponde su empresa?	107
Gráfico 4. ¿Qué tipo de eventos corporativos realiza o requiere llevar a cabo su empresa?	108
Gráfico 5. ¿Hace cuánto su empresa se encuentra establecida en el mercado?.....	109
Gráfico 6. ¿Por cuales medios busca información sobre empresas que brindan servicios de organización de eventos?	110
Gráfico 7. ¿Cuenta actualmente con una empresa que le brinde con frecuencia los servicios de organización de eventos?	111
Gráfico 8. ¿Dónde le gustaría que fuera su evento?	112
Gráfico 9. ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año o qué estima que podría realizar?.....	113
Gráfico 10. ¿Cuáles son los problemas que con mayor frecuencia se han presentado en la coordinación de eventos?.....	114
Gráfico 11. ¿Cree usted que las empresas que realizan eventos ofrecen buenos productos y servicios?.....	115
Gráfico 12. ¿Cuáles son las épocas de mayor criticidad a la hora de requerir coordinar una actividad?	116
Gráfico 13. ¿Cuánto hace que usted contrató un evento?	117
Gráfico 14. ¿Está conforme con los costos que maneja su organizadora de eventos versus el presupuesto y la calidad del servicio?.....	118
Gráfico 15. ¿Le han gustado las fiestas y/o eventos a los que ha asistido últimamente?	119
Gráfico 16. ¿Cuáles son los factores por los cuales contrataría a otra empresa para que organice sus eventos?	120
Gráfico 17. ¿Le parecen interesantes y variadas las decoraciones de los eventos a los que ha asistido?.....	121

Gráfico 18. ¿Estaría dispuesto a contratar una nueva empresa organizadora de eventos?.....	122
Gráfico 19. ¿En qué meses del año con frecuencia organiza o proyecta organizar eventos?.....	123
Gráfico 20. ¿El concepto de organización de eventos con que lo identifica?	124
Gráfico 21. ¿Le gustan las fiestas y/o eventos sociales?	125
Gráfico 22. ¿Cómo califica los servicios recibidos en la organización de sus eventos, por parte de la(s) empresa(s) contratada(s) por usted?.....	126

DEDICATORIA

En primera instancia, dedico esta investigación a mi Madre ya que ella ha sido incondicional en todo momento de mi vida, me ha apoyado en las buenas y en las situaciones difíciles; una gran mujer quien salió adelante sola para darme todo lo que ella nunca pudo tener, a pesar de las adversidades u obstáculos, los cuales se presentaran siempre, surgió más allá por y para mí; Dios te bendiga y gracias por darme el don de la vida.

Seguidamente, dedico la presente tesis a mi Esposa por guardarme fidelidad, amor, cariño y paciencia; así como porque siempre he sabido que será la mujer que me querrá en la salud y en la enfermedad.

También, dedico este trabajo a mis abuelos por ser los pilares de mi existencia, conocedores de la vida correcta, justa y honesta; aunque ya no están conmigo porque Dios así ya lo decidió... pero todavía los extraño... y pido al Creador que algún día vuelva a estar con ellos y decirles lo tanto que los extraño.

Por último, agradezco a todas aquellas personas que de una u otra manera se cruzaron en mi camino y me ayudaron a guiarme por la senda correcta, de la cual durante mucho tiempo me había alejado... No hace falta decir nombres, pues ellos saben quiénes son... Lo único que les puedo decir es: ¡Gracias por nunca dejarme caer!

Juan Pablo Jiménez Valverde

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso

Porque en todo momento me dio la sabiduría necesaria para la culminación de esta tesis y el desarrollo total de mi carrera universitaria; así como por llenarme de mucha salud y por el amor que ha tenido hacia mí, ya que en ocasiones cuando me he encontrado o me he sentido derrotado, él me ha consolado por medio del Espíritu Santo, pues en los últimos años me he dado cuenta de que no hay amor más puro y verdadero que el suyo... Y también, sé que su bondad y fidelidad nunca me abandonarán a diferencia del amor terrenal, el cual en cualquier momento falla y produce mucho dolor –mismo que ya he experimentado- pero ahora me doy cuenta de que el amor de Dios es el único fiel e incondicional en esta vida.

A los docentes universitarios

Por toda la enseñanza transmitida, sus consejos, la dedicación y el empeño por formar nuevos y futuros profesionales en el ámbito de los negocios de la administración.

Al MBA. Alexander Cordero Céspedes, Lic.

Por toda la ayuda que me brindó y el apoyo en el desarrollo de este proyecto, por ser además de tutor... un gran profesor universitario y, lo más importante, un gran amigo.

Juan Pablo Jiménez Valverde

ABREVIATURAS

PYMES: Pequeña y mediana empresa.

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio

SBD: Sistema Banca para el Desarrollo

FODEMIPYME: Fondo para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y, Medianas Empresas.

PROPYME: Fondo de Innovación de la Pequeña y Mediana Empresa

DIGEPYME: Dirección General de Apoyo de la Pequeña y Mediana Empresa

INA: Instituto Nacional de Aprendizaje

EDDI-7: Elaboración Digital de Declaraciones de Impuestos

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

RSA: Rendimiento Sobre los Activos

VPN: Valor Presente Neto

TIR: Tasa Interna de Retorno

FNE: Flujo Neto de Efectivo

VS: Valor de Salvamento

I: Interés

VAN: Valor Actual Neto

ARESEP: Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos

CCSS: Caja Costarricense del Seguro Social

BNCR: Banco Nacional de Costa Rica

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un proyecto de pre factibilidad para la apertura de una PYME organizadora de eventos en la zona de Moravia, para satisfacer la necesidad de una familia por tener un negocio propio. Por lo tanto, se van a realizar los estudios correspondientes para determinar la viabilidad del negocio.

En el capítulo I, se va a observar el planteamiento del problema y su sistematización, el objetivo general y los objetivos específicos, además de los alcances y las limitaciones del trabajo de investigación.

Por lo tanto, en el capítulo II, se divide en dos partes: el marco situacional que está compuesto por la demografía de la población en estudio, la misión, visión, valores, logotipo y el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del negocio; y el marco conceptual que se conforma de todos los conceptos teóricos relacionados con la investigación.

Mientras que en el capítulo III se encuentra el marco metodológico, por lo cual se define el enfoque de la investigación, el método de investigación, las fuentes de información por utilizar y el cuadro de instrumentalización de variables.

Seguidamente, en el capítulo IV, se analizan los datos obtenidos de la encuesta, además del desarrollo de los estudios correspondientes, según lo técnico, legal, organizacional y financiero. Por lo tanto, en este capítulo se determina la viabilidad del negocio.

En el capítulo V, es donde se realizan las recomendaciones y conclusiones del trabajo de investigación. Por lo cual, el investigador brinda su opinión con base en los datos obtenidos en el capítulo anterior.

Finalmente, en el capítulo VI, se muestra la bibliografía y anexos que respaldan la presente tesis.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según Barrantes Echeverría, R (2010) afirma: “Toda investigación científica tiene su origen en un problema, que puede ser de carácter vital o intelectual. La admisión de una dificultad u obstáculo que desconcierta o motiva el interés para conocer sobre ella, es el principio de toda investigación” (p. 78).

Por lo tanto, el problema de la presente investigación es identificar qué tan factible o viable es colocar una empresa organizadora de eventos en el cantón de Moravia; ante lo cual surge la siguiente interrogante:

¿Cuál es la pre factibilidad para la apertura de una PYME organizadora de eventos en el cantón de Moravia, de la provincia de San José, Costa Rica?

1.1.1 Antecedentes del problema

En la actualidad, el cantón de Moravia ha tenido una expansión en la población dado el surgimiento de asentamientos humanos y el aumento de empresas e instituciones educativas instaladas en el sitio. Debido a este fenómeno demográfico, se ha visto un incremento importante en algunas

actividades económicas del Cantón, entre las que se encuentra la organización de eventos.

Actualmente, dado el ritmo acelerado de vida y las múltiples ocupaciones de las personas, existe la necesidad de tener profesionales en el campo de la organización de eventos que sean capaces de llevar a cabo actividades de cualquier índole y magnitud. Basado en esta problemática se da la iniciativa de ofrecer una solución para la demanda no cubierta en el mercado y se busca innovar dicho servicio que, en la actualidad, se encuentra en vías de desarrollo o mejoramiento.

Por tal razón, la presente investigación plantea la interrogante de si es viable o no la creación de una empresa especializada en la organización de eventos, en el cantón de Moravia de la provincia de San José. Se espera que los diferentes estudios por realizar, provean los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto.

1.1.2 Descripción del problema

Como finalidad se busca brindar una novedosa propuesta y el plan de acción para la creación de una empresa organizadora de eventos, cuya operación se establecerá en el cantón XIV de la provincia de San José. Esta propuesta debe manejar un producto estrella que diferencia a la empresa entre

las existentes de su misma clase, manteniendo un equilibrio entre los costos y la calidad de los materiales y servicios que se estarán brindando. Por medio del estudio del mercado, su público meta, los diversos nichos y el análisis de métricas relativas a calidad, se pretende establecer indicadores de desempeño que ayuden a la toma de decisiones y así definir las necesidades del recurso humano que existen para garantizar una selección adecuada de éste.

Actualmente, la creación de la micro, pequeña y mediana empresa cuenta con un amplio progreso en su desarrollo, por cuanto en el mercado y la banca se ofrece la red de apoyo llamada PYMES y un claro ejemplo es el Banco Nacional de Costa Rica. Por lo tanto, será el centro por considerar en el desarrollo de este proyecto, ya que, desde la perspectiva y experiencia del investigador, es lo que mejor busca crear una política de gana-ganar. “En este paradigma se busca el beneficio mutuo para todas las partes. Es una postura interesante para todos por lo que es fácil que cada parte se comprometa con el plan de acción.”. Disponible en <http://coaching10.net/habito-4-pensar-en-ganar-ganar/>

En síntesis, la función principal de este proyecto es crear una empresa que, a través de un diseño personalizado, convierta el evento tan anhelado por el cliente en una realidad, y así lograr que dicha actividad cumpla con las expectativas esperadas. De esta manera se desea ahorrar el tiempo de las empresas clientes y ampliar las oportunidades de negocios de los proveedores.

1.1.3 Problematicación del problema

El investigador es consciente de que la creación y la puesta en marcha de un negocio no es solo una labor compleja, sino que también, de alta laboriosidad en la formalización de ésta, su planificación global, la estimación de riesgos, la viabilidad del negocio, las finanzas y el estudio y análisis del mercado, sin embargo, se considera que la alta demanda que genera los potenciales clientes por la vida acelerada que se desarrolla actualmente, puede permitir con un adecuado estudio, planificación e implementación del negocio.

Desde esta perspectiva, este proyecto surge como una solución a las empresas y personas insatisfechas con la calidad de sus eventos y aquellos que no han realizado eventos, pero que están valorando el mercado para solicitarlos.

1.1.4 Justificación del problema

Como ya se argumentó, la finalidad de la presente tesis es identificar y establecer los pasos y procesos que se deben seguir para conformar una empresa organizadora de eventos, por medio de la generación de un plan estratégico que permita indicar cómo se conformará.

A pesar de que el investigador tiene el conocimiento teórico de la materia financiera como parte del estudio, se reconoce que la poca o nula experiencia en

este mercado de organización de eventos genera cierta desventaja; sin embargo, se considera como gran ventaja la pasión y el sentido objetivo sobre el tema en estudio, así como la diversa información y soporte que a nivel nacional la banca brinda con respecto de la micro, pequeña y mediana empresa; lo cual, aunado al estudio del mercado, permitirá a través de esta iniciativa no sólo un beneficio a la comunidad moraviana y/o cliente meta, sino que vendrá a fortalecer la economía familiar con la ejecución y resultados positivos del proyecto.

Por lo tanto, este proyecto ofrece una solución a pequeñas, medianas o grandes empresas para una mayor comodidad y seguridad en el momento de realizar todos sus eventos corporativos, ya sean: congresos, convenciones, conferencias, simposios, lanzamiento de productos, campañas publicitarias, seminarios, entre otros; sin embargo, no se descarta la opción de brindar también servicios a nivel personal o particular. Cabe mencionar que la idea del proyecto nace para dar una alternativa diferente a todas aquellas empresas que realicen eventos, ofreciéndoles un servicio personalizado para la coordinación de cada uno de los detalles que conlleva la realización de su actividad, entre los cuales se pueden mencionar:

- Coordinación en la parte decorativa, flores, banquetes, música y toda la logística necesaria para el evento.

- Contratación de salones en hoteles, clubes o auditorios para seminarios, lanzamientos de nuevos productos, cocteles, etc.

- Alquiler de equipos audiovisuales.
- Coordinación de la iluminación.
- Contratación de modelos o promotoras de acuerdo con el tipo de evento por realizarse.
- Y en el caso de un lanzamiento de producto, coordinación del material promocional.
- Coordinación con la empresa encargada del servicio de “catering”.

Se considera que el mercado actual no satisface de manera amplia y profesional la demanda de servicios que se originan en la organización completa de un evento, donde el directivo de la empresa o cliente desea recibir toda la asesoría, servicios y productos que necesite para realizar la actividad deseada de acuerdo con sus necesidades, gustos y preferencias.

Además, a través de la creación de una PYME que se ajuste a las necesidades de los usuarios, orientada a la planificación, diseño, resolución y capacitación en todos los detalles que implica llevar a cabo un evento, este proyecto trata de llevar a un nivel profesional un servicio existente en nuestro país, pero que actualmente, no satisface cien por ciento a las empresas clientes.

También, el presente proyecto determinará si es factible o no la creación de una empresa profesional que se dedique a la planeación, diseño y organización de eventos empresariales en la ciudad de Moravia. También, busca ofrecer

precios accesibles de acuerdo con lo que el cliente requiera, estableciendo contratos con cada uno de los proveedores de la empresa, de tal manera que se pueda contar con una colaboración exclusiva en nuestros eventos.

Por otra parte, recientemente los eventos corporativos han tenido gran aceptación en la ciudad y el resto del país. A través de los años, este servicio se ha ido innovando en cuanto a cada uno de los servicios que se requieren para su realización, por ejemplo: banquetes, música, mobiliario, alquiler del salón, invitaciones, entre otros; lo cual ha permitido brindar como valor agregado al cliente, la ejecución total de su evento.

Sin embargo, como la empresa se basa en una idea ya existente en la ciudad, ésta se diferenciará de la competencia al proporcionar un servicio totalmente personalizado para el cliente o la empresa e institución que desea contratar los servicios, por lo cual se involucrará en todo el proceso para la realización de su evento, con el fin de satisfacer sus necesidades.

1.1.4.1 Justificación teórica

Un estudio de investigación tiene como finalidad el generar un criterio sobre un tema en específico, por lo tanto, el investigador debe elegir un tema de interés por desarrollar para dar una solución a un problema.

Según Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010), afirman que la justificación de una investigación: “Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante”. (p.39).

1.1.4.2 Justificación metodológica del estudio de la investigación

La investigación se realiza para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas, en la Universidad Hispanoamérica, ya que es un requisito para concluir el plan de estudios.

Por lo tanto, el estudiante deberá aplicar todo lo aprendido durante el tiempo de estudio en un proyecto de investigación.

1.1.4.3 Justificación práctica del estudio de la investigación

Se realiza un estudio de pre factibilidad para la apertura de una PYME organizadora de eventos en el sector de Moravia, con el fin de satisfacer la necesidad de una familia de crear un negocio propio.

Este proyecto tiene como propósito desarrollar los estudios correspondientes, tales como: legal, técnico, financiero, organizacional y de

mercado, para determinar la viabilidad y la rentabilidad de colocar la empresa de eventos en el cantón ya señalado.

Por lo tanto, se quiere identificar si es factible establecer un negocio de este tipo en Moravia y cercanías, para satisfacer el mercado.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según Barrantes Echeverría, R (2010) afirma:

“La selección y formulación de un problema constituye uno de los aspectos más importantes de la investigación. De esta afirmación vale rescatar dos elementos esenciales:

Son dos fases bien definidas las que se dan en esta primera etapa: selección del problema y formulación del mismo. Como se puede ver, no solo se debe seleccionar el problema, sobre lo que se conversará al respecto, sino que se debe formular o definirlo. Este proceso es fundamental, ya que el problema no solo tiene que estar en la mente del investigador, sino que éste tiene que transmitirlo adecuadamente para ser comprendido y entendido por todos de una manera similar o idéntica.

Es una etapa importante del proceso de investigación. Si el problema es seleccionado y formulado adecuadamente, se puede decir que el investigador tiene un alto porcentaje del camino recorrido. La claridad, la comprensión, el entendimiento de problema, hace posible que se pueda

plantear un adecuado plan de trabajo y un desarrollo correcto de éste”. (p. 79).

Con la presente investigación se busca identificar, analizar y gestionar todos los pasos y procesos que se requieren cumplir para establecer una empresa organizadora de eventos.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2014), afirma:

“En primer lugar es necesario establecer qué se pretende con la investigación, es decir, cuáles son sus objetivos. Con unas investigaciones se busca, ante todo, contribuir a resolver un problema en especial; en tal caso, debe mencionarse cuál es ese problema y de qué manera se piensa que el estudio ayudará a resolverlo. Otras investigaciones tienen como objetivo principal probar una teoría o aportar evidencias empíricas a favor de ella. Los objetivos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas – es decir, susceptibles de alcanzarse. Son las guías del estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo. Al redactarlos, es habitual utilizar verbos y derivados del tipo: “describir”, “determinar”, “demostrar”, “examinar”, “especificar”, “indicar”,

“analizar”, “estimar”, “comparar”, “valorar” y “relacionar” respecto de los conceptos o variables incluidas” (p.37).

1.3.1 Objetivo general

Según Barrantes Echeverría, R. (2010) afirma: “Los objetivos generales pretenden metas muy amplias, o sea, el objetivo debe abarcar la totalidad del problema por resolver” (p. 118).

Determinar la pre factibilidad y viabilidad económica de establecer una PYME organizadora de eventos en el cantón de Moravia de la provincia de San José, Costa Rica.

1.3.2 Objetivos específicos

Según Barrantes Echeverría, R. (2010) afirma: “Los objetivos específicos son de un alcance menor, y abarcan sub problemas o partes del objetivo general. Lo importante es que la unión de los específicos debe dar como resultado el general” (p. 118).

- Definir la estructura organizacional de una PYME organizadora de eventos.

- Implementar los requerimientos técnicos para la apertura de una PYME centrada en la realización de eventos empresariales y/o particulares.
- Examinar las normativas vigentes para la apertura de una PYME organizadora de eventos en el cantón de Moravia.
- Estimar la demanda potencial para una PYME organizadora de eventos en el sector de Moravia.
- Identificar los riesgos asociados al proyecto para definir sus características, priorizarlos y generar estrategias de respuesta a los mismos.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad económico-financiera de una PYME organizadora de eventos.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1 Alcances

- Se desea determinar la viabilidad financiera del proyecto por medio de los estudios correspondientes: técnico, financiero, legal, organizacional y de mercado.
- Se espera identificar la demanda potencial para la apertura de la empresa organizadora de eventos en el cantón de Moravia.
- Al ser el investigador vecino del sector de Moravia, se espera contar con mayor disposición de la población en la participación de la muestra en

estudio.

- Al contar el investigador con conocimientos financieros, se estima poder tener mayor exactitud en el análisis del pre y la factibilidad del negocio, considerando la parte económica como un pilar a la hora de crear una empresa.
- Actualmente en el mercado existen, muchas empresas dedicadas a la organización de eventos, por lo cual se puede obtener con mayor facilidad información relacionada con el tema en estudio y poder medir las diferentes oportunidades de mejoras que tienen y abarcarlas como estrategias en esta investigación.

1.4.2 Limitaciones

- Se considera como una limitación el poco o nulo conocimiento del investigador, sobre la empresa de organización de eventos y la logística de los diferentes servicios que brindan.
- Al ser un proyecto en estudio se puede contar con poca disponibilidad de las diferentes opciones de proveedores para brindar cotizaciones de sus productos y/o servicios.
- Que, al realizar el estudio de mercado, las personas encuestadas no den información verídica.

1.5 APOORTE DEL INVESTIGADOR

Identificar las necesidades no cubiertas del cliente meta del nicho de este mercado, en el sector de Moravia, para re direccionar el negocio al logro y cumplimiento de éstas.

1.5.1 Delimitación espacial

Esta investigación se llevó a cabo en el cantón de Moravia, de la provincia de San José, Costa Rica.

1.5.2 Delimitación temporal

- La investigación se realiza entre mayo y noviembre del 2016.
- El investigador efectúa el análisis de los resultados de la investigación entre diciembre 2016 y enero 2017.
- Los resultados finales se expondrán en el primer cuatrimestre 2017

1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Para una mejor estructuración del proyecto, se realizó la formulación de las siguientes preguntas, con el fin de identificar la situación actual del problema y probables soluciones.

- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la apertura de una PYME?
- ¿Cuál es la estructura organizacional de la empresa?
- ¿Qué normativa vigente existe para la apertura de una PYME?
- ¿Cuál es la demanda potencial para una empresa organizadora eventos en el cantón de Moravia?
- ¿Cuál es el retorno de inversión en un periodo de cinco años?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES CONTEXTO HISTÓRICO

2.1.1 Estudios de viabilidad

A través de los años y los acelerados cambios que se presentan a nivel comercial, se ha identificado un aumento en la necesidad y el deseo de las personas por identificar buenas opciones para invertir su dinero y generar una estabilidad económica, siendo la opción de negocios propios una atractiva oportunidad a la hora de tomar decisiones. Es justamente a partir de dicho propósito por lo cual las personas desean tener mayor conocimiento con respecto de los estudios de viabilidad.

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2014) afirma:

“Otro aspecto importante del planteamiento del problema: la viabilidad o factibilidad del estudio; para ello, debemos tomar en cuenta la disponibilidad de tiempo, recursos financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación. Así mismo, resulta indispensable que tengamos acceso al lugar o contexto donde se realizará el estudio, Es decir, tenemos que preguntarnos de manera realista si es posible llevar a cabo esta investigación y cuánto tiempo tomará efectuarlas. Estas

preguntas son particularmente importantes cuando se sabe de antemano que se dispondrá de pocos recursos” (p.41).

Por lo tanto, es de vital importancia realizar este estudio, para identificar “malas” inversiones o por lo menos identificar con mayor claridad los riesgos latentes y así ayudar a la “potencial” persona de negocios a tomar una mejor decisión.

Además, el realizar un estudio de viabilidad “Implica someter la idea a un estudio con el fin de poder valorar a través de un análisis la capacidad de la idea de ser exitosa en la realidad” (UDH, 2014, p. 42), es decir, es una vital medida preventiva para evitar iniciar un negocio “en quiebra”; más bien se persigue llevarlo al nivel y tiempo de éxito que puede o debe tener dicho proyecto. Para lograr esto, como se ha indicado, es a través de los diferentes análisis de los datos obtenidos. Se pueden realizar diferentes análisis, tales como: los financieros y económicos, los del mercado, los de medición de la aceptación del segmento meta y los de índole legal.

Es, precisamente, desde donde nace la importancia de crear un estudio de viabilidad, pues es necesario comprender no solo la idea, sino también, captar los alcances, riesgos, trámites y todo lo que conlleva el proyecto como tal, para que la futura inversión realmente pueda llegar a ser una fuente de ganancia y ahorros para la persona que invertirá, así como la familia.

2.1.2 Pequeña y Mediana Empresa (PYME)

En Costa Rica se ha identificado en los últimos años, un fuerte crecimiento de las empresas de pequeño y mediano capital, estas en su gran mayoría (por no indicar que todas) carecen de un apoyo del Gobierno. Dado lo anterior y con la finalidad de darles a estas pequeñas y medianas empresas, un fortalecimiento dentro del mercado que les permita crecer y brindar, a su vez, un aporte económico al país, es que el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) creó la plataforma virtual con acceso a programas, servicios, herramientas y trámites, que le brinde a las “PYMES” tener la información necesaria para su desarrollo.

De esta manera, en el año 2012, se crea PYMES Costa Rica (Centro especializado para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa), lo cual incorpora la Red de Apoyo PYME, definida como un grupo de entidades públicas y privadas e instituciones quienes dirigen sus esfuerzos en apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas mediante la prestación de servicios que les ayudan por atender las diferentes necesidades que puedan desarrollar o enfrentar durante la ejecución y desarrollo de su proyecto empresarial.

No obstante, la pregunta medular para la presente investigación es porqué se escogió la modalidad de una PYME:

Según Filion, L., Cisneros, Luis F. y Mejía, Jorge H. (2011) afirma:

“El origen de una pequeña empresa generalmente está asociada con la detección de una necesidad u oportunidad de negocio, buscando la independencia en términos laborales y económicos. Decidir comprar o crear una empresa propia requiere considerar factores legales, económicos, familiares, materiales, humanos y financieros. La ubicación de la empresa es un aspecto fundamental para el desarrollo de un plan. Una vez que se está convencido de poner en marcha una empresa propia o de adquirir una en operación, el siguiente paso es realizar un estudio con la finalidad de determinar si es factible establecerla y de averiguar cuáles serían las condiciones favorables para ello” (pág. 6).

Ahora bien, si una empresa se certifica como PYME, logra obtener diferentes opciones de financiamiento, las cuales cuentan con planes especiales para este tipo de empresas; de éstas se pueden mencionar:

- Sistema Banca para el Desarrollo (SBD): este sistema busca dar financiamiento a los proyectos productivos, que sean factibles y con viabilidad técnica y económica, de acuerdo con el modelo de desarrollo del país.
- FODEMIPYME: Fondo para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Este plan se creó bajo la Ley 8262, bajo la administración y supervisión del Banco Popular y Desarrollo Comunal; su objetivo es impulsar y fortalecer las PYMES por medio del

financiamiento y Servicios de Desarrollo Empresarial.

- Fondo de Innovación (PROPYME): éste se crea mediante la Ley 8262, y es administrado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. Este fondo apoya las PYMES dedicadas al desarrollo tecnológico.

Además de todos esos sistemas de financiamiento con los cuales puede contar una empresa certificada desde dicha modalidad, también, se le brinda la asesoría financiera de las diferentes ramas de crédito por las cuales puede optar. Entre dichas opciones están las siguientes:

- Oferta de crédito para emprendedores y microempresas.
- Oferta de crédito para PYMES
- Oferta de crédito para Innovación y Tecnología.

Por todas estas ventajas, las potenciales personas de “negocio”, buscan crear y formalizar sus empresas desde la modalidad PYME, ya que se les brinda el apoyo necesario para que realicen sus actividades de la mejor manera posible. Adicionalmente, se sienten respaldados por el soporte y acceso a capacitaciones, créditos y alianzas estratégicas, cuya meta es sacar adelante su negocio a través de dicho programa empresarial.

Finalmente, y con la intención de comprender mejor el alcance del programa PYME, las empresas que desean optar y disfrutar los beneficios

que brinda deben cumplir como mínimo con dos de los tres requisitos que se indican a continuación:

- Pago de cargas sociales.
- Cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Cumplimiento de las obligaciones laborales.

2.1.2.1 Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), es el órgano rector de las PYMES, responsable y máxima autoridad de la formulación, ejecución y supervisión de las políticas exclusivas de dicho programa. Dentro de las funciones de control y asesoramiento que tiene, se indican las siguientes:

- Definir las políticas de apoyo al sector PYME.
- Determina, formular, promover, coordinar y evaluar los programas de promoción y apoyo de las PYMES.
- Impulsar en las instituciones públicas y privadas el apoyo, crecimiento, fortalecimiento, promoción y desarrollo de las PYMES.
- Impulsar la creación de comités para el diseño de programas de apoyo a las PYMES.
- Establecer mecanismos de simplificación, descentralización y otros que permitan la creación y operación de las PYMES de una

manera que permita el acceso a todos los interesados.

El MEIC tiene la responsabilidad de entregar anualmente al Gobierno un informe sobre el avance de las PYMES, como parte del Control del Ingreso y Gasto Público; así como de crear el registro que dan servicio al Gobierno. Además, en conjunto con éste, debe generar programas de acceso a créditos y brindar capacitaciones sobre cómo ofrecer al Estado los productos y/o servicios que brindan.

Además, el MEIC creó el Sistema de Información Costarricense (SIEC) quien genera la información pertinente a las PYMES para su fomento y apoyo, ante lo cual se implementó la opción de servicios de comunicación vía electrónica.

Por último, para abarcar el área de capacitación, comercio, y técnicas financieras se cuenta con la Dirección General de Apoyo de la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME).

2.1.2.2 Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)

Con la creación de las PYMES y con la finalidad de lograr que sean más competitivas dentro del mercado, es que se logró contar con el apoyo del Instituto Nacional de Aprendizaje, el cual también brinda

soporte en lo relacionado a capacitaciones, asistencia técnica y programas de formación. A su vez, cuando no pueda cubrir por sus propios medios la demanda, el INA puede subcontratar asistencia técnica en pro de las PYMES.

2.1.2.3 Financiamiento para las PYMES

En cuanto a las entidades financieras cabe mencionar que los bancos estatales, como el Banco Popular y de Desarrollo Comunal, juegan un papel importante en el área de financiamiento de las PYMES; de hecho, el Banco Popular administra el Fondo Especial para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (FODEMIPYME) y tiene como objetivo el impulsar y de fortalecer a las MIPYMES.

Además, el FODEMIPYME brinda un aval para el financiamiento el cual cubre hasta un 75,00% del monto solicitado a la entidad financiera. El fondo cuenta con dos clases, uno de garantía y otro de financiamiento. El monto con el que se cuenta para esta clase de financiamiento es de nueve mil millones de colones (¢9.000.000.000,00)

2.1.2.4 Tributación directa, Impuesto de la Renta

Para el pago de los impuestos, actualmente, se manejan diversos regímenes, por ejemplo, el Simplificado; en éste el Impuesto de Renta puede disminuir dependiendo de la actividad, además los contribuyentes pueden ser personas físicas o jurídicas que tengan negocios con carácter lucrativo. Cabe mencionar que el acceso a estos regímenes es voluntario. Se detalla los requisitos que deben cumplir:

- Las compras anuales para su funcionamiento no deben exceder el equivalente a ciento cincuenta salarios base incluyendo el Impuesto de Ventas.
- El negocio no puede superar los 5 empleados, independientemente del tipo de relación laboral que tengan.
- La actividad de la empresa no puede ser un derivado de una franquicia, ser exclusivo de otro ente económico o tener un segundo establecimiento abierto al público.
- Las actividades desarrolladas dentro de este régimen pueden ser independientes o combinadas entre sí, siempre y cuando las actividades estén dentro del mismo régimen.
- El valor de los activos fijos utilizados en la explotación de la actividad, no puede superar los 350 salarios base.

Cuando un contribuyente es parte del régimen simplificado debe cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

➤ **Inscribirse en el Registro Único Tributario:** se realiza cuando el contribuyente inicia operaciones, para lo cual debe llenar los documentos que se muestran. (Ver Anexo 1 y 2).

➤ **Emisión de Facturas:** cuando una factura supere el 5,00% de un salario base y en los casos en los cuales un cliente llegue a solicitar una factura, son los dos únicos casos en los cuales un contribuyente debe realizar facturas de manera obligatoria.

➤ **Registro contable:** se respalda con los comprobantes de las compras realizadas e insumos que se hayan adquirido, además de llevar el control en este libro contable.

➤ **Formulario de declaración:** de acuerdo con la resolución N° DGT-R- 028-2013 publicada en LA GACETA N° 187 del 30 de setiembre del 2013, a partir del 1° de octubre de 2013, el Impuesto de Renta bajo el Régimen Simplificado se autoliquida mediante el formulario D-105 “Declaración Jurada del régimen de tributación simplificada- Impuesto sobre la Renta”. Esta se hace mediante el programa EDDI-7, el cual se desprende de la página del Ministerio de Hacienda. Además, debe

suministrar información de trascendencia tributaria cuando los montos de las transacciones de compras y/o ventas anuales a un mismo proveedor, superen el monto de ¢2.500.000.00 y en cuanto a alquileres, comisiones, servicios profesionales e intereses superen el monto de ¢50.000.00. Esta declaración debe confeccionarse mediante el uso del Declar@7 y remitirse por Internet.

2.1.3 Organización de eventos

Cuando se habla del término o concepto de *evento*, se puede entender como una herramienta del área de “marketing” y de relaciones públicas de una empresa o institución. Es decir, que, a través de su gestión táctica, un evento genera beneficios para los objetivos comerciales, los comunicacionales e institucionales. Asimismo, por la naturaleza del negocio, posee claras connotaciones estratégicas, de forma tal que un evento reporta una serie de acciones que impactan en las metas organizacionales a corto, mediano y largo plazo.

En otras palabras, un evento es una actividad que pretende llamar la atención del cliente meta, despertar su interés y movilizar a toda o a una parte del público blanco (Target Group), hacia la idea clara y concisa de las novedades existentes en el mercado, tanto de las empresas como de los productos o servicios que brindan, en cuanto a los procesos de fabricación,

distribución y comercialización, entre otros. También, por medio de un evento, puede promoverse el reciente o inminente lanzamiento de un producto o servicio, así como divulgar algunos aspectos de la organización que a lo mejor son menos promocionados o conocidos y, que, por ende, se desea poner en consideración al público.

Además, un evento representa una gran oportunidad para generar contacto directo y personalizado con una parte de la clientela objetivo, y así afianzar lazos y vínculos para transmitir determinados conceptos y valores, por ejemplo, la cordialidad, la calidez en el trato, el interés por las inquietudes del público, la organización y el profesionalismo de la compañía o empresa, entre muchos otros.

Asimismo, a través de un evento se puede perfeccionar la imagen institucional que en la mente del público se va articulando, por lo cual, en ocasiones, un evento representa la posibilidad de interactuar con los clientes en un plano transversal al que se realiza habitualmente.

Por todas las razones expuestas, se puede concluir que la organización de diferentes tipos de eventos -siempre y cuando sean manejados de manera profesional- es la clave o puerta para dar paso a un negocio que podría recibir muchos beneficios y rentabilidad gracias a dichos eventos.

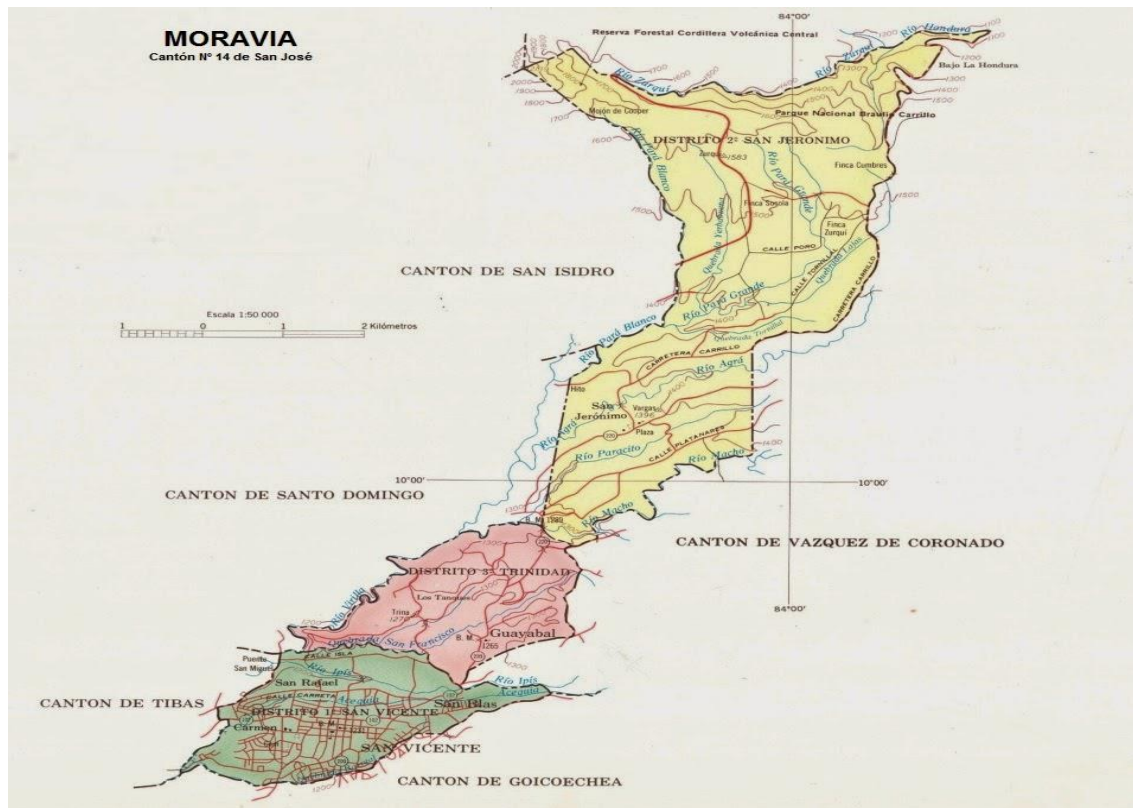
Sin embargo, todo evento entraña, además una serie de amenazas, pues toda empresa, compañía o institución siempre está sujeta a la crítica por parte de los diferentes públicos convocados por tal acción promocional o actividad, ya que los sujetos evaluarán la calidad y profesionalismo de lo organizado, de manera tal que todas las ventajas que pudieron alcanzarse a través de un evento bien organizado, pueden licuarse a la luz de un evento con serias deficiencias organizativas. De esta forma, hay evidencia suficiente sobre empresas las cuales han perdido clientes importantes, así como han descendido en el posicionamiento de imagen o de consideración pública y han tenido repercusiones negativas o consecuencias disfuncionales por causa de un evento o actividad mal planificada o mal enfocada. Disponible en <http://www.redrpp.com.ar/organizacion-de-eventos-definicion-tipos/>

2.2 MARCO SITUACIONAL

La presente investigación se desarrolló en el cantón de Moravia, específicamente en el distrito denominado San Vicente, el cual cuenta con un fácil acceso y un gran desarrollo comercial en comparación con otros distritos del Cantón.

2.2.1 Mapa del cantón de Moravia

Figura 1. Mapa del cantón de Moravia



Fuente: Mapas de Costa Rica (s.f.), Recuperado en julio 2016

<http://mapasdecostarica.com/2014/09/14-moravia.html>

2.2.2 Demografía

San Vicente es la ciudad cabecera del cantón de Moravia, en la provincia de San José, Costa Rica. El distrito tiene un área de 5,37 km² y cuenta con una población estimada de 31.256 habitantes (2011).

Está asentada a una altitud de 1.231 metros sobre el nivel del mar, a una distancia aproximada de 8 km al noreste de San José, capital de la República.

Dentro de su área se encuentra los barrios: Londra, Americano, Américas, Bajo Isla, Bajo Varelas, Barro de Olla, Caragua, Carmen, Colegios Sur, Colegios Norte, Chaves, El Alto (parte), Flor, Florencia, Guaria, Guaria Oriental, Isla, Jardines de Moravia, La Casa, Ladrillera, Robles, Romeral, Sagrado Corazón, San Blas, San Jorge, San Martín, San Rafael, Santa Clara (parte), Santo Tomás y Saprissa, entre otros.

Por último, es importante rescatar que San Vicente es un distrito que se encuentra en constante desarrollo, tanto en lo comercial como en lo habitacional.

2.2.3 Misión y visión

2.2.3.1 Misión

Crear una empresa organizadora de eventos que ofrezca un servicio de calidad e innovador, con atención rápida, eficiente y cordial, encaminada a llevar a cabo actividades promotoras de planeamiento, diseño y difusión de un producto o servicio, en aras de la total satisfacción de sus clientes empresariales o particulares.

2.2.3.2 Visión

Posicionarse en el mercado, como una empresa líder y símbolo de confianza, diseño y confort.

2.2.4 Logo comercial de la Empresa

Figura 2. Logo comercial Constrú Eventos Vanessa S.A.



2.2.5 Valores

Respeto: generar valor y reconocimiento por las diferentes capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que a través de su trabajo colaboran en el desarrollo y crecimiento de la organización, esto a través de la comunicación y recepción de ideas que impliquen procesos de mejoramiento.

Eficiencia: involucrar al cliente interno a trabajar en los requerimientos y las especificaciones de los clientes externos, para así obtener mayor eficiencia de los procesos y servicios.

Honestidad: es un valor de gran importancia en las organizaciones, de hecho, la empresa que lo aplique, logrará que sus miembros interactúen de manera ética y profesional con todas las personas, ya sean clientes o proveedores, contribuyendo de esta manera en el desarrollo y logro de las metas trazadas.

Compromiso: enfocado en el equipo de trabajo, para que su identificación con la empresa le permita cumplir eficientemente con las tareas asignadas, y así llevar a la práctica sus conocimientos y habilidades, lo cual permitirá la entrega y disponibilidad total de su labor para alcanzar con entusiasmo y dinamismo los objetivos propuestos.

2.2.6 Análisis FODA

2.2.6.1 Fortalezas

- Ofrece una mayor amplitud en los horarios de atención.
- Cuenta con una estratégica y excelente ubicación.
- Está conformado por un equipo calificado, por lo tanto, le ofrece al cliente un servicio de alta calidad.
- Ofrece precios competitivos y muy accesibles.

2.2.6.2 Oportunidades

- Poder expandirse a áreas como Tibás, Coronado, Guadalupe y zonas de Heredia.

- Lograr alianzas con empresas y personas que organizan o participan en diversos tipos de eventos, tales como: maquillistas, hoteles, centros turísticos, “catering service”, entre otros.

2.2.6.3 Debilidades

- Alto costos del equipo necesario para marcar una diferenciación.
- Falta de experiencia en este ámbito comercial.
- No cuenta con una cartera de clientes.

2.2.6.4 Amenazas

- Numerosa competencia en la zona.
- Cambio de gustos, preferencias y expectativas de los clientes.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Análisis de viabilidad

Es importante generar la pregunta: ¿de qué información depende un análisis de viabilidad? Para llevar a cabo el estudio de viabilidad de un proyecto se precisa recopilar información suficiente para:

- Identificar todas las limitaciones, restricciones y supuestos.
- Detectar las oportunidades.

- Analizar el modo actual de funcionamiento de la organización.
- Definir los requisitos que configuran el proyecto.
- Evaluar las distintas alternativas.
- Llegar a un acuerdo sobre la línea de acción.

La finalidad que tiene este análisis es identificar si el proyecto de negocio con capital PYMES es rentable, así como determinar si es prudente y necesario modificar ciertos factores como parte de su continuidad; por lo tanto, es de vital importancia realizar este estudio antes de invertir el capital, el cual puede ser “el ahorro de toda una vida”.

A su vez y con la finalidad de ejemplificar mejor el concepto de viabilidad, se presenta la siguiente definición: “El estudio de viabilidad consiste en algo tan obvio como ver si es posible ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa. Para ello, debemos de tener en cuenta lo siguiente: recursos con los que se cuenta, recursos que se necesitan y nuestra capacidad para conseguirlos.” Disponible en <http://www.obs-edu.com/blog-project-management/causas-de-fracaso-de-un-proyecto/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-como-y-por-que-llevarlo-cabo/>.

2.3.2 Producto

Dentro del ámbito comercial o empresarial, el concepto de *producto* cuenta con múltiples definiciones o acepciones. Así, por ejemplo, diversos autores lo definen como: “[...] un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” Stanton, Etzel y Walker (s.f.).

Para otros especialistas en el tema, un producto “[...] es la oferta con que una compañía satisface una necesidad.” McCarthy J. y Perrault W (s.f.).

También, hay quienes consideran que “Un producto es cualquier objeto que es ofrecido en un mercado con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad del consumidor” Martínez S. y Herrera A. (s.f.).

Por último, hay investigadores quienes resaltan el valor del producto por sus características y lo definen de la siguiente manera: “Producto es todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones); la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad” (Ricardo Romero). Disponible en

http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_producto.pdf

2.3.3 Evento

Un evento se comprende como un acontecimiento programado, el cual lleva una logística, pero para comprender mejor su concepto se presenta la siguiente definición: “Un evento es un hecho programado, es decir, no improvisado, que reviste gran importancia para sus mentores, por lo que es planificado con suficiente antelación”. Disponible en <http://quesignificado.com/evento/>

2.3.4 Amortización

De acuerdo con Gitman, L. (2012), el concepto de *amortización* consiste en “[...] la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo que son necesarios para brindar a un prestamista un rendimiento de interés específico y para reembolsar el principal del préstamo en un periodo determinado”. (p.179).

Como se indica anteriormente la amortización proyecta cuánto porcentaje de la cuota mensual se aplicará a los intereses de la deuda y cuánto al monto base del préstamo. Para efectos de esta Tesis, la amortización del proyecto en estudio, se manejará a un plazo de 60 meses con un interés del 4.50%.

2.3.5 Capital de trabajo

En cuanto a este otro concepto, Gitman, L. (2012) también afirma:

“La meta de la administración del trabajo (o Administración Financiera a corto plazo) es administrar cada uno de los activos corrientes de la empresa (inventario, cuentas por cobrar, valores negociables y efectivo), así como los pasivos corrientes (documentos por pagar, deudas acumuladas y cuentas por pagar), para lograr un equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo que contribuya a aumentar el valor de la compañía”. (pág.543).

Por lo tanto, se comprende por capital de trabajo, como aquellos recursos que necesita la empresa para poder operar con normalidad, dentro de un plazo establecido.

2.3.6 Demanda potencial

Para los autores Seller, R. y Casado, A. (2010), la demanda potencial: “[...] es la formada por todos los consumidores que tienen algún interés por un producto en particular y que es posible alcanzar con la utilización intensiva de los instrumentos del marketing”. (p.103).

Nuestra demanda potencial (cliente meta) es, en primera instancia, todas las instituciones públicas y privadas del cantón de Moravia y sus alrededores, adicionando a las personas que a título personal desean realizar eventos, con la clara intención de poder competir con las empresas ya existentes para dicho fin.

2.3.7 Depreciación

Retomando los postulados de Gitman, L. (2012) en cuanto al concepto de *depreciación* se puede afirmar que “es parte de los costos de los activos fijos que se deduce de los ingresos anuales a través del tiempo”. (p.108).

Nuestra empresa utilizará el método de línea recta, revelando que la gran mayoría de nuestros bienes se deprecian a diez años plazo. Se escoge este método por su confiabilidad y precisión en los indicadores relacionados con la pérdida de valor de cualquier bien o activo de la empresa, debido al desgaste ocasionado por su uso cotidiano o sencillamente por el paso del tiempo.

2.3.8 Estructura de capital

De acuerdo con Sapag, N. y Sapag, R. (2014), se puede entender la *estructura de capital* como:

“Aquellos recursos invertidos en la etapa de la construcción y montaje que tienen un costo de capital, ya sea financiero, si los

recursos se obtuvieron en préstamos, o de oportunidad, si los recursos son propios y obligan a abandonar otra alternativa de inversión”. (p. 283).

Constru Eventos Vanessa S.A., no cuenta con los recursos económicos necesarios para iniciar su operación, por lo cual debe establecer su estructura de capital a partir de un préstamo, éste y de acuerdo con los análisis realizados se estaría tramitando con el Banco Nacional de Costa Rica bajo la modalidad de préstamo para PYMES, que permite manejar un interés sumamente bajo y de esta manera ser más competitivos en el mercado.

2.3.9 Estudio técnico

Baca, G. (2010), afirma que todo estudio técnico: “Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (p. 7).

Asimismo, este estudio permite contar con la información necesaria para analizar las diferentes alternativas a la hora de producir un producto. Por ejemplo: el uso de cualquier materia prima, equipos, maquinaria, espacio físico de elaboración del producto y, con esto, poder analizar la viabilidad financiera de un proyecto.

2.3.10 Estudio de mercado

Por medio de un estudio de mercado, se puede analizar la manera cómo va a llegar el producto final al consumidor, mediante estudios de competencia, promoción, canales de distribución, entre otros. Lo importante es posicionar el producto en el mercado. Con respecto de esto, Kotler, P. y Armstrong, G. (2013), afirman:

“La mezcla de marketing o las 4p están formadas por herramientas prácticas de marketing combinadas en un programa integrado de marketing que en realidad entregue el valor deseado a los clientes meta tácticas y controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las muchas posibilidades pueden reunirse en cuatro grupos de variables conocidas como las “cuatro P”:

- 1) Producto: se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta.
- 2) Precio: es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto.
- 3) Plaza: incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

4) Promoción: comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo. (p. 84-85).

2.3.11 Estudio legal

Retomando los postulados de Baca, G. (2010), en relación con el concepto de *estudio legal*, se puede manifestar que éste “[...] analiza los aspectos legales que pueden restringir la localización y obligar a mayores costos, además de analizar los aspectos tributarios como el otorgamiento de permisos, patentes, y constitución de la empresa”. (p.29).

Como bien se indica anteriormente, el estudio legal corresponde a toda la tramitología que debe generar una empresa para estar en regla y no tener problemas para operar o brindar servicios en el mercado costarricense. Más adelante se muestra el estudio legal realizado para efectos del proyecto en estudio, en éste se detalla las leyes laborales, tributarias, económicas, comerciales, entre otras, que debe cumplir esta PYME para no incurrir en costos elevados por multas y tributos excesivos que harán que el proyecto fracase o en su defecto que no pueda iniciar operaciones.

2.3.12 Estudio financiero

Los investigadores Sapag, N. y Sapag, R. (2014), afirman que “En un estudio financiero se ordena y se sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborará los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad”. (p. 34).

Para realizar este proyecto, se utilizará información de varias fuentes, como, por ejemplo, estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones por realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. Lo que permite tener una visión clara de la rentabilidad y viabilidad de nuestra empresa.

2.3.13 Estudio organizacional- administrativo

Para dichos autores, un estudio organizacional-administrativo “Se encarga de los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y normativas legales asociadas.” (Sapag, N. y Sapag, R. 2014. p.33).

Dado lo anterior se comprende que el estudio organizacional y administrativo ayuda a identificar la estructura organizacional más adecuada

para la empresa, y así desarrollar las debidas funciones de cada uno de los puestos de trabajo (o perfiles), logrando un buen manejo de personal y de recursos.

2.3.14 Flujo de efectivo

Ruiz D. (2013), afirma que “El estado de flujos de efectivo se fija únicamente en los cobros y pagos, y los discrimina en función de la naturaleza del hecho que los motiva. Dicho de otra forma, ordena los cobros y pagos (entradas y salidas de dinero en efectivo) en las siguientes categorías:

- De la actividad ordinaria:
 - De la explotación.
 - De ingresos y gastos financieros.
 - De impuestos.
- De la inversión.
- De la financiación.

El flujo de caja de la actividad ordinaria puede calcularse, asimismo, de dos formas diferentes:

- Método directo, comparando directamente cobros y pagos por naturaleza.
- Método indirecto, aplicando determinados ajustes al resultado contable para llegar al flujo de caja.”. (p.52).

Cuando se administra una empresa, la omisión de un control del flujo de efectivo, puede significar la no rentabilidad del negocio, esto debido a que no se tendría un control del movimiento del dinero en cuando a los ingresos y egresos que genera la operación de la empresa. Dado lo anterior, es importante lograr un buen control en su manejo y evitar posibles errores, por lo tanto y para efectos de ésta PYMES, se manejará tres escenarios: 1) uno normal (proyección inicial), 2) uno optimista (maximización de las proyecciones establecidas y 3) uno pesimista (simulación del “peor” escenarios para ver el comportamiento de nuestra empresa en el mercado).

2.3.15 Mercado

Parkin, M. y Loría, E. (2010), afirman que “Un mercado es cualquier acuerdo que permite a compradores y vendedores obtener información sobre algún bien o servicio y hacer negocios entre sí”. (p.44).

En otras palabras, se puede definir o concretar un mercado cuando se da un intercambio entre un bien o servicio por una remuneración. Por lo tanto, es donde empresas ofrecen los productos y los consumidores los adquieren.

2.3.16 Período de recuperación de la inversión

De acuerdo con Gitman, L. (2012), afirma que dicho periodo de recuperación: “Es el tiempo requerido para que una compañía recupere su

inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo”. (p.364).

Debido a que el periodo de recuperación se basa en el tiempo vrs inversión, para efectos de la empresa en estudio, se considera los siguientes plazos: Un año (escenario normal y optimista) y/o dos años (escenario pesimista), lo que permitirá tener una recuperación muy rápida de la inversión.

2.3.17 Punto de equilibrio

Baca, G. (2010), manifiesta que el punto de equilibrio: “Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (p.148).

Debido a que el punto de equilibrio controla que el flujo de caja generado no sea negativo, es necesario evaluar varios factores: Costos fijos, es decir, todos los gastos necesarios para brindar el servicio del evento contratado y, en segunda instancia se tienen los costos variables los cuales aumentan o disminuyen de acuerdo con la cantidad de eventos realizados o en el tipo de evento contratado, en este punto hay que ser enfático que todos los eventos serán diferenciados en relación con la necesidad o presupuesto de nuestro cliente.

2.3.18 Riesgos

Para Gitman, L. (2012), los riesgos se pueden entender como la: “Incertidumbre en torno a los flujos de efectivo que genera un proyecto o, más formalmente, la variabilidad de los flujos de efectivo”. (p.413).

Por lo tanto, el riesgo representa el tamaño de exposición que puede tener una empresa sobre un evento inesperado.

2.3.19 Sistema de análisis DuPont

En relación con el sistema de análisis DuPont, Gitman, L. (2012), afirma:

“Es un sistema que se utiliza para analizar minuciosamente los estados financieros de la empresa y evaluar su situación financiera. Y la fórmula para calcularlo es multiplicar el margen de utilidad neta de la empresa por su rotación de activos totales para calcular el rendimiento sobre los activos totales (RSA) de la empresa”. (p.82).

El Análisis Dupont es una herramienta financiera de fácil aplicación que se utilizará por nuestra empresa para conocer de dónde proviene principalmente su rentabilidad y facilitar la toma de decisiones de carácter financiero.

2.3.20 Tasa Interna de Retorno (TIR)

De acuerdo con Gitman, L. (2012), la TIR:

“Es la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”. (p.372).

Por otra parte, Baca, G. (2010) presenta la ecuación para calcular la TIR de un periodo de cinco años:

$$P = - \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Donde:

P= Tasa de rendimiento

FNE= Flujo Neto de Efectivo

VS= Valor de salvamento

i =Interés

2.3.21 Utilidad

Warren, C., Reeve, J. y Fess, P. (2016), afirman: “La utilidad es la diferencia entre los importes que reciben los clientes por los bienes y servicios y los importes pagados por los factores productivos que se utilizaron por ofrecer los bienes o servicios”. (p.2).

Para dejar más claro, la utilidad es la diferencia entre el precio al que se vende el servicio y su costo total, en otras palabras, la ganancia generada. Por lo tanto, es el objetivo básico de toda empresa o negocio.

2.3.22 Valor Actual Neto (VAN)

Con respecto del VAN, los autores Sapag, N. y Sapag, R. (2014) manifiestan que “[...] el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”. (p.252).

Además, Baca, G. (2010) también presenta la ecuación para calcular el VPN de un periodo de cinco años:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Donde:

VPN= Valor Presente Neto

-P= Inversión Inicial

FNE= Flujo Neto de Efectivo

VS= Valor de salvamento

i =Interés

Por lo tanto, el resultado del cálculo del VAN tiene que dar positivo para que el proyecto sea aceptado.

2.4 CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN

Por medio de la codificación de los datos, se pueden representar las diferentes respuestas que brindaron las personas por medio del instrumento -en este caso de la encuesta (Ver Anexo 3), mediante códigos numéricos que ayuden en su asignación. Por el contrario, la tabulación representa a través de tablas la cantidad de respuestas que obtuvo cada pregunta.

Al ser una investigación cuantitativa, se presentará cuadros estadísticos distribuidos, según las variables expuestas, los cuales pueden tener relación. Estos cuadros los conforman las columnas verticales y filas horizontales que contienen datos representados en preguntas o, inclusive, afirmaciones.

Dichos instrumentos llevan un orden secuencial que parte de la aplicación de las encuestas a la muestra de la población de Moravia, seguido por la tabulación de los datos recolectados. Es importante indicar que la encuesta está conformada

en su mayoría por preguntas cerradas, lo que facilita la unión de las respuestas obtenidas.

Finalmente, se representará por medio de cuadros las respuestas y los rangos de criterio y valores numéricos (absolutos y relativos).

2.5 TIPOS DE GRÁFICOS

En este proyecto se representa la información recabada por medio de gráficos circulares, de columna y línea.

2.5.1 Definición gráfico circular

Un gráfico circular es una representación gráfica de una serie de cantidades y consiste en un círculo dividido en varios sectores, cuyo tamaño se corresponde con las proporciones de las cantidades. Básicamente, este tipo de gráfico muestra la relación porcentual entre las partes en relación con su conjunto. Disponible en

<https://support.google.com/adsense/answer/2794075?hl=es>

El gráfico circular es, también, conocido popularmente como “pastel, por lo cual muestra el tamaño de la “porción” asignada a cada ítem. Para efectos de este estudio, se utilizará diez gráficos circulares, los cuales no solo mostrarán el número de veces que se da una característica o atributo de manera tabular, sino más bien, de manera

gráfica, de tal forma que se pueda representar mejor la proporción en que aparece esa característica respecto del total. A su vez, no excederá más de cinco variables con el fin de no perder el enfoque de la parte visual que se quiere representar.

2.5.2 Definición gráfico columna

Un gráfico de columnas muestra una serie como un conjunto de barras verticales agrupadas por categorías. Los gráficos de columnas resultan de gran utilidad para mostrar los cambios que se producen en los datos a lo largo del tiempo o para ilustrar comparaciones entre elementos. Disponible en [https://technet.microsoft.com/es-es/library/ms156306\(v=sql.100\).aspx](https://technet.microsoft.com/es-es/library/ms156306(v=sql.100).aspx)

En efecto visual, este tipo de gráfico permite observar los movimientos, según el objetivo: creciente o decreciente. Más adelante se mostrará once gráficas de columnas, lo que indica una serie como un conjunto de barras verticales agrupadas por categorías. Los gráficos de columnas resultan de gran utilidad para señalar los cambios que se producen en los datos a lo largo del tiempo o para ilustrar comparaciones entre elementos, ya que permite representar fácilmente la cantidad de veces que ocurre un valor.

2.5.3 Definición gráfico lineal

El gráfico lineal se define como un conjunto de puntos unidos por segmentos de líneas. Por lo general esta gráfica se utiliza para mostrar una tendencia. Disponible en

<http://www.mathematicsdictionary.com/spanish/vmd/full/l/linegraph.htm>

Mediante este tipo de gráfica se quiere mostrar los cambios en la cantidad de eventos mensuales, tomando de referencia los vértices altos y bajos de ésta para poder tomar medidas necesarias para cada mes.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3. MARCO METODOLÓGICO

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma:

“Este responde a la pregunta ¿cómo se hará la investigación?
¿Qué técnicas utilizaré en el proceso? ¿Con qué recursos se contará?
El marco metodológico es el “corazón” de la investigación, o sea, ésta
bombardeará la “sangre” a todo el “cuerpo” del documento y ayudará a
producir los “alimentos” que le facilitarán crecer y vivir”. (p.91).

La metodología comprende el orden y la estructura de una investigación, además de la relación que se desarrolla entre el sujeto y el objeto y los diferentes recursos que se utilizarán para obtener la información requerida.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Finalidad de la investigación

De acuerdo con la finalidad se clasifica en: Investigación básica e Investigación aplicada.

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que ambas clasificaciones se definen de la siguiente manera:

Investigación básica (pura): es aquella actividad orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación sin un fin práctico específico e inmediato. Su objetivo es crear un cuerpo de conocimientos teóricos en algún campo de ciencia.

Investigación aplicada: su finalidad es la solución de problemas prácticos para transformar las condiciones de un hecho que nos preocupa. El propósito fundamental no es aportar al conocimiento teórico. (p.64).

Esta investigación tiene como principal finalidad brindar una respuesta y/o solución al problema expuesto y por el cual se realiza ésta. Se inicia trabajando con la finalidad teórica, que busca obtener el conocimiento indispensable que se requiere para brindar la mejor solución al problema. En cuanto a la finalidad aplicada, se trabajará con los resultados expuestos de la finalidad teórica, los cuales se aplicarán en la solución de cada objetivo establecido.

Dado lo anterior, se estará trabajando con una finalidad mixta, respetando el fin del proyecto, el cual es determinar si es viable.

3.1.2 Alcance temporal de la investigación

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que el alcance temporal se divide de la siguiente manera: “Estudios transversales (sincrónicos): estudian aspectos de desarrollo de los sujetos en un momento dado.” “Estudios longitudinales (diacrónicos): son investigaciones que estudian un aspecto o problema en distintos momentos, niveles o edades”. (p. 64).

Este proyecto se realizará bajo la investigación transversal, porque se trabajará con datos actuales (recientes), que son los que se requieren para tener una mayor certeza de la realidad del mercado, además los datos serán analizados ésta única vez.

3.1.3 Dimensión temporal de la investigación

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que existen tres tipos de dimensiones temporales, las cuales se enlistan a continuación:

Histórica: estudia los fenómenos ocurridos en el pasado, reconstruyendo los acontecimientos y explicando su desarrollo, fundamentando su significado en el contexto en que ha surgido. Estudia los fenómenos significativos de la humanidad en un relato verdadero y

completo en que las personas y los acontecimientos son examinados en relación con determinado tiempo y lugar.

Descriptiva: estudia los fenómenos tal y como aparecen en el presente, en el momento de realizar la investigación. Incluye gran variedad de estudios cuyo objetivo es describir los fenómenos (diagnósticos, estudio de casos, correlaciones, etc.

Experimental: El investigador introduce cambios deliberados con el fin de observar los efectos que producen. Dado que media un tiempo entre los cambios introducidos y los efectos observados se considera una investigación orientada hacia el futuro. (p.65-66).

De acuerdo con lo anterior, se confirma que, en esta investigación, se trabajará con la dimensión descriptiva, porque se trata de un análisis de un fenómeno actual, así como de un servicio completo, que ha obtenido reconocimiento al brindar facilidades, efectividad y solución en las diferentes necesidades de la sociedad.

Además, cabe resaltar que se trata de un estudio de viabilidad y de creación de una PYME.

3.1.4 Marco de la investigación

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que existen dos tipos de marcos en que tienen lugar, los cuales se detallan a continuación:

De Laboratorio: Sus acciones se realizan en un laboratorio, o sea, conlleva la acción intencionada de las condiciones de la investigación, manipulando las variables controlada y sistemáticamente. Sus resultados son difícilmente generalizables a las situaciones naturales de los sujetos.

De campo o sobre el terreno: Son estudios que se realizan en situaciones naturales y que permiten con mayor libertad generalizar los resultados a situaciones afines. No permite un riguroso control como en el laboratorio. (p.65).

El desarrollo de la investigación será de campo, dado que el estudio se basa en datos que brindarán las personas y de empresas a las cuales se les realizará una visita con el propósito de obtener información relevante que dará respuesta al problema central.

3.1.5 Carácter de la investigación

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que existen cuatro tipos de Investigación según profundidad u objetivo, las cuales se detallan a continuación:

Exploratoria: Es una investigación que se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación para luego realizar una posterior más profunda, por eso se dice que tiene un carácter provisional. Por lo general, es descriptiva, pero puede llegar a ser explicativa.

Descriptiva: Su objetivo central es la descripción de fenómenos. Se sitúa en su primer nivel del conocimiento científico. Usa la observación, estudios correlacionales y de desarrollo.

Explicativa: Explica los fenómenos y el estudio de sus relaciones para conocer su estructura y los aspectos que intervienen en su dinámica.

Experimental: Estudia las relaciones de casualidad utilizando la metodología experimental con la finalidad de controlar los fenómenos. Se fundamenta en la manipulación activa y el control sistemático de las variables independientes. (p.64).

La investigación descriptiva será utilizada mediante el método por encuestas.

Esta fase de la investigación se considera la más adecuada porque permite establecer con más detalle la situación del mercado de esta industria y brinda mayor cantidad de herramientas que permiten proyectar aspectos muy importantes a la hora de realizar una investigación.

Será la técnica principal que se utilizará dentro del proyecto para obtener la información necesaria de los clientes potenciales, así como de la competencia. Como información de relevación que se requiere obtener, son las preferencias de las personas en cuanto a gustos, precios y presentaciones, esta información permitirá saber las principales necesidades de nuestros futuros consumidores.

3.1.6 Naturaleza de la investigación

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que existen dos tipos de Naturaleza, los cuales se detallan a continuación:

Cuantitativa: 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.

Cualitativa: Estudia, especialmente, los significados de las acciones y de la vida social. Utiliza la metodología interpretativa (etnografía, fenomenología, interaccionismo simbólico, etc.) Su interés se centra en el

descubrimiento del conocimiento. El tratamiento de los datos es, generalmente, cualitativo. (p. 64).

El enfoque por utilizar es el cuantitativo, ya que ayudará a determinar si el proyecto es viable.

Cuantitativo, es el principal enfoque de esta investigación, porque va dirigida al análisis de los diferentes elementos que puedan indicar la viabilidad del proyecto: Aceptación de la empresa por parte del consumidor, opciones de financiamiento y sus respectivas tasas de interés, en qué momento se recuperará la inversión y otros aspectos necesarios para el desarrollo del proyecto.

3.1.7 Orientación de la investigación

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma que existen tres tipos de orientación, las cuales se detallan a continuación:

Orientada a la comprobación: Su objetivo básico es contrastar teorías, empleando principalmente la metodología empírico-analítico, cuasi experimental (es una investigación experimental en donde las muestras no son relacionadas aleatoriamente) o ex post facto. Su finalidad es explicar y predecir los fenómenos. Utiliza técnicas de análisis

cuantitativas y, generalmente enfatiza el contexto de justificación o verificación.

Orientada al descubrimiento: Su objetivo básico es generar o crear conocimiento desde una perspectiva inductiva. Emplea una metodología interpretativa, como la etnografía, para comprender los fenómenos. Utiliza técnicas de análisis cualitativa y enfatiza el contexto en el descubrimiento.

Orientada a la explicación: Busca dar respuestas a problemas para la toma de decisiones, ya sea para cambiar o mejorar la práctica (investigación acción, investigación in situ). (p. 66).

La orientación pasa por diferentes etapas, las cuales marcarán las pautas para el desarrollo de la investigación.

La primera de ellas será la comprobación, en la cual se indagará si el proyecto en estudio será bien aceptado.

En el descubrimiento, se conocerán los requisitos para el establecimiento de la empresa y todos los aspectos financieros y económicos que estos conllevan, tales como: fuentes de financiamiento, factores que puedan alterar las ventas, entre otros.

Explicación, es la etapa final de la investigación donde se darán las conclusiones a las que se ha llegado por medio de todo el desarrollo de la tesis y, posteriormente, las recomendaciones del caso.

3.2 SUJETOS Y FUENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Baca, G. (2010), destaca que las fuentes de información consisten en brindar información del campo que se está analizando. Existen dos tipos de fuentes las primarias y las secundarias.

Para recopilar los datos que permiten desarrollar el estudio, se recurrió a la utilización de distintas fuentes y a la consulta del conocimiento y experiencia que poseen diferentes personas, sobre los temas tratados.

3.2.1 Sujetos de información

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “los sujetos son todas aquellas personas físicas o corporativas que brindarán información. Debe especificarse con claridad cuál es la población o universo (puede ser uno o varios) y la muestra (si se utilizará) en cada caso”. (p.92).

Los sujetos de información en este proyecto, lo constituyen todas aquellas personas e instituciones identificadas por el investigador, que pueden tener intereses directos o indirectos en un proyecto de este tipo y, con interés de

participar en el proceso de investigación. Así, de una u otra forma, se recolectaron los datos que conformaron las bases para todo el estudio.

3.2.2 Fuentes de información

Para la presente investigación, se utilizaron diversas fuentes: textos de administración, mercadeo, finanzas e investigación. A su vez, se acudió a libros especializados en el área de organización de eventos. Se buscó e identificó a personas conocedoras y expertas en el tema, y se les consultó para poder obtener información clara y concisa acerca de ello. También, se accedió a la red pública de Internet, donde se extrajeron los datos fundamentales de la población en estudio.

3.2.3 Fuentes de información primaria

Se comprende que son las que el investigador puede obtener de inmediato.

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “Para llevar a cabo la detección de la información puedo hacer uso de fuentes primarias o directas, o sea, las que me proporcionan información de primera mano”. (p.127).

De acuerdo con lo anterior, la información primaria de esta investigación se recopilará de la información que se obtenga de las encuestas aplicadas a los futuros y potenciales clientes meta.

3.2.4 Fuentes de información secundaria

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área del conocimiento”. (p. 127).

Por lo tanto, se comprende que una fuente secundaria es aquella información que ha sido obtenida y manipulada por otras personas que han investigado el tema.

En esta investigación se utiliza las siguientes fuentes secundarias:

- Libros de texto, para temas relacionados con la administración general, administración Financiera y métodos de investigación.
- Publicaciones en Internet relacionadas con la Organización de evento.
- Información brindada por diferentes personas que laboran en dicho fin.
- Proyectos de tesis en la Biblioteca de la Universidad Hispanoamericana e Internacionales con la finalidad de que el investigador se familiarizara con la estructura y manejo de los datos. Las cuales se detallan a continuación:

3.3 SELECCIÓN MUESTREO

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010), afirma: “Que la población es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. (p.175).

La población corresponde a todas las personas e inclusive objetos que fueron definidos en el problema, y la muestra a una representación significativa de la población. A continuación, se define la población y muestra de esta investigación.

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010), afirma: “Un muestreo es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. (p. 175).

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010), afirma: “Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. (p.175).

3.3.1 Muestreo

Se desarrolla de acuerdo con el tamaño y la técnica de selección que se vaya aplicar.

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010), afirma: “Básicamente categorizamos las muestras en dos grandes ramas: las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas”. (p.175).

Las muestras probabilísticas permiten que todos los elementos de la población tengan la misma posibilidad de ser escogidos, estos se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.

En las muestras no probabilísticas, pasa lo contrario, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino más bien, de causas relacionadas con las características de la investigación o de quién propiamente realiza la muestra

En esta investigación se trabaja con el muestreo probabilística aleatorio simple.

3.3.2 Determinación de la muestra

Por lo tanto, se comprende que la muestra en un segmento de la población que se va estudiar para identificar la opinión que tiene una población en total. Este involucra sujetos en la investigación que van a hacer esas personas encuestadas.

Dada por Baca, G. (2010). Fórmula para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1) + Z^2pq}$$

Donde:

n=Es el tamaño de la muestra.

N= Población total

Z =El valor crítico de la distribución normal para un nivel de confianza deseado.

El valor de Z se obtiene de una tabla de probabilidades de una distribución normal y se conoce como el número de errores estándar asociados con el nivel de confianza, el valor normal de Z que se utiliza es de = 1,96. Que representa un 95,00% de nivel de confianza y 2.98 a un 99,00%. Queda a criterio del elaborador del proyecto.

p= Proporción de aceptación deseada para el producto

q= Proporción de rechazo

E=Porcentaje deseado de error. Es el nivel de error máximo permitido, que puede interpretarse como la mayor diferencia permitida entre la medida de la

muestra y la media de la población. Tiene un valor de 1,00%(0.01) o 9,00%(0.09), queda a criterio del elaborador del proyecto.

N= Representa en tamaño de la población.

pq= Es la desviación estándar. Cuando no existe valor se utiliza 0.5. (p.29)

Cálculo de la muestra para el proyecto.

Donde:

Z= 1.96 constante estadística

pq= 0.5

N= 56.919 habitantes en la zona de Moravia.

E= 0.1 de tolerancia al error

$$n = \frac{56919 (1,96*1,96)*(0.5*0.5)}{(0.1*0.1)(56919-1)+(1,96*1,96)(0.5*0.5)}$$

n= 96

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS Y DE INFORMACIÓN

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010), afirma: “la observación consiste en el registro sistemático, cálido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas”. (p. 309).

Se utilizará la observación en este trabajo, porque permite recopilar datos sobre la existencia o inexistencia de locales comerciales que brinden este tipo de servicios, así como parte del comportamiento de los consumidores en la utilización de dichos fines.

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “Hay que considerar aspectos acerca de la relación entrevistador-entrevistado, la formulación de las preguntas, la recolección y registro de las respuestas y la finalización del contacto en ambas partes”. (p. 208).

La entrevista es la obtención de información de forma oral de parte de una persona (entrevistado) lograda por el entrevistador directamente, en un escenario cara a cara, ésta no se transmite en un solo sentido, sino en ambos, una entrevista es una conversación entre el investigador y una persona que responde a preguntas encaminadas por obtener información requerida por los objetivos específicos de un estudio.

Según Kotler, P. y Armstrong G. (2013), afirma: “Es la obtención de datos primarios mediante preguntas a las personas acerca de sus conocimientos, actitudes, preferencias y comportamiento de compra”. (p.107).

Para efectos del trabajo de campo que aplica para esta tesis, las encuestas, serán la técnica electa por utilizar, porque permite obtener información puntual sobre un tema específico, ésta se realiza por medio de un cuestionario para las encuestas que se efectuarán a la población elegida.

3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “es aquella que nos dice qué se entenderá por esa frase; es un tipo de definición de “diccionario” o “técnica”. (p. 93).

Las variables desde su definición conceptual, reflejan la expresión del significado o plano teórico que el investigador le atribuye a cada una, siempre con los fines de cumplir con los objetivos específicos planeados.

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “la definición busca un ahorro de tiempo, esfuerzo y darle claridad para la confesión de los instrumentos para recolectar la información y su posterior análisis”. (p.94).

Es el proceso mediante el cual se establecen procedimientos empíricos que permiten la obtención de datos reales para verificar hipótesis y solucionar el problema.

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “la definición instrumental trata de aclarar, para cada variable, el medio o instrumento por el cual recogerá la información. Podría ser ítems de un cuestionario, el análisis de un expediente, una entrevista, una prueba, etc.”. (p.94).

Es de importancia el definir y elaborar los instrumentos y medios con que se recolectará la información. Los instrumentos nacen de las variables y de los objetivos.

Según Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “son los atributos, características, cualidades o propiedades que se presentan en las unidades de observación”. (p. 124).

Las variables identificadas indicarán en forma directa qué se debe observar o medir en el proyecto de investigación radicando en estos aspectos y su importancia.

3.6 DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Para que los instrumentos de investigación sean efectivos en el momento de sistematizarlos para la obtención de los resultados, deben cumplir algunos requisitos, entre los cuales están:

Confiabilidad: Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “tiene que ver con la capacidad del instrumento para producir medidas constantes dado en un mismo fenómeno”. (p. 68).

Validez: Barrantes Echavarría R. (2010), afirma: “es la capacidad del instrumento de producir medidas adecuadas y precisas para permitir extraer conclusiones correctas”. (p. 69).

En el caso de la validez ésta se puede medir a través de:

Validez de contenido: Es el grado en que el instrumento refleja un dominio del contenido que se mide.

Validez de criterio: Establece la validez de un instrumento de medición comparándolo con algún criterio externo, el cual es diferente con el que se juzga la eficacia del instrumento. Si el criterio se asemeja al existente se puede hablar de validez concurrente.

Validez a futuro: Si el criterio se fija en el futuro se habla de validez predictiva.

3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez realizada la recolección de los datos, por medio de la encuesta, se inicia la etapa de descripción y de análisis de los resultados.

La estadística y el análisis realizados son de tipo descriptivo, porque busca determinar cuál es la necesidad existente que conlleva al desarrollo de un proyecto investigativo.

Recolectada la información, se procede a tabularla estadísticamente. El análisis de los datos se representa por medio de cuadros y gráficos, que permiten la comprensión de los resultados obtenidos.

El análisis de la información servirá de materia prima para elaborar las conclusiones que puedan extraerse del estudio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En este apartado se presenta la interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a noventa y seis personas de la población de Moravia.

4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN VIGENTE REALIZANDO UN ESTUDIO DE MERCADO

A continuación, se realizará un análisis detallado de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada para el estudio de mercado. Con base en esta información, se obtendrán los datos necesarios para los estudios establecidos en los objetivos de la investigación y su respectiva propuesta

4.1.1 Codificación y tabulación de información

Cuando se codifica una información, se representa las respuestas brindadas por parte de las personas que realizaron la encuesta (instrumento), por medio de códigos numéricos que ayuden en su asignación. Por lo contrario, la tabulación representa por medio de tablas, la cantidad de respuestas que obtuvo cada pregunta.

Al tratarse de una investigación cuantitativa, se realizarán cuadros estadísticos distribuidos, según las variables expuestas, los cuales pueden tener relación. Estos cuadros están conformados por columnas verticales y

filas horizontales que contienen datos representados en preguntas o inclusive afirmaciones.

El orden secuencial inicia con: la aplicación de las encuestas a la muestra de la población de Moravia, seguido por la tabulación de los datos recolectados. Es importante indicar que la encuesta está conformada en su mayoría por preguntas cerradas, lo que facilita la unión de las respuestas obtenidas.

Finalmente, se representará por medio de cuadros que contienen las respuestas y los rangos de criterio y valores numéricos (absolutos y relativos).

4.1.2 Análisis de datos

Se realiza la siguiente encuesta en el mes de agosto del 2016, con una muestra de 96 personas, residentes del cantón de Moravia, que es la población que está en estudio, con el fin de determinar la demanda potencial de la Organizadora de Eventos.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los 96 posibles consumidores, mediante tablas y gráficos.

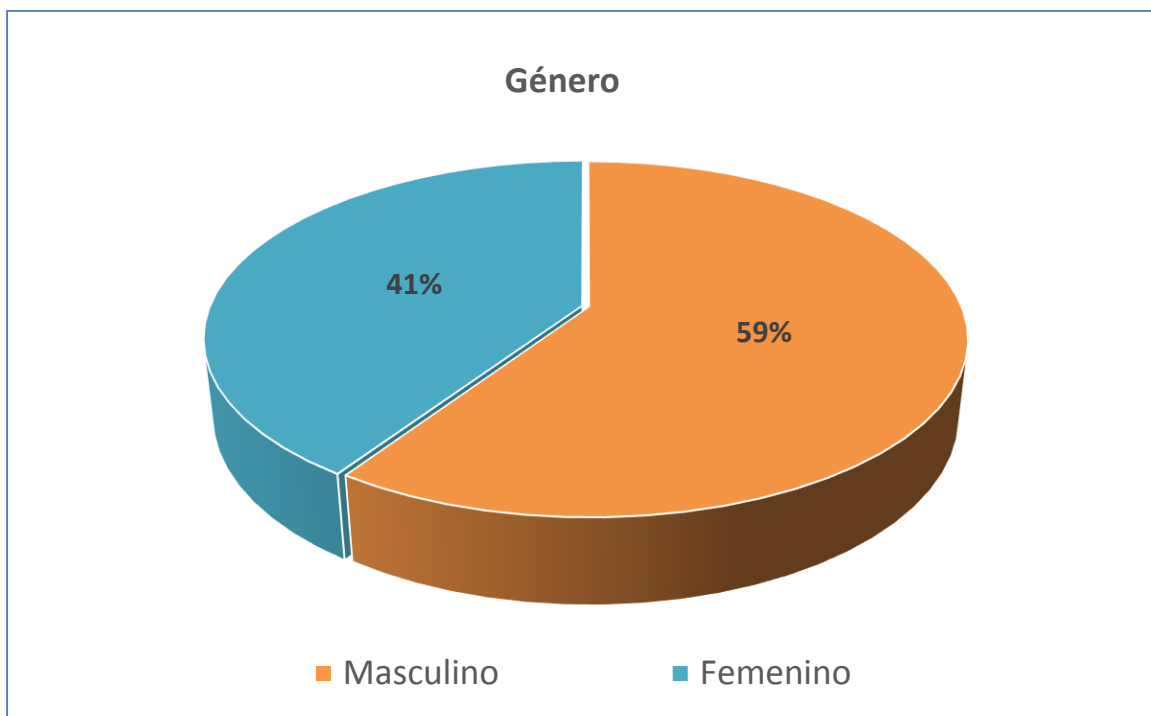
Tabla 1. ¿Género?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Género	Masculino	57
	Femenino	39
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 1, se muestra que, del total de los encuestados, el 59,00% corresponde al género masculino, mientras que el 41,00%, al género femenino. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 1. ¿Género?



Fuente: Elaborada por el Investigador, agosto 2016

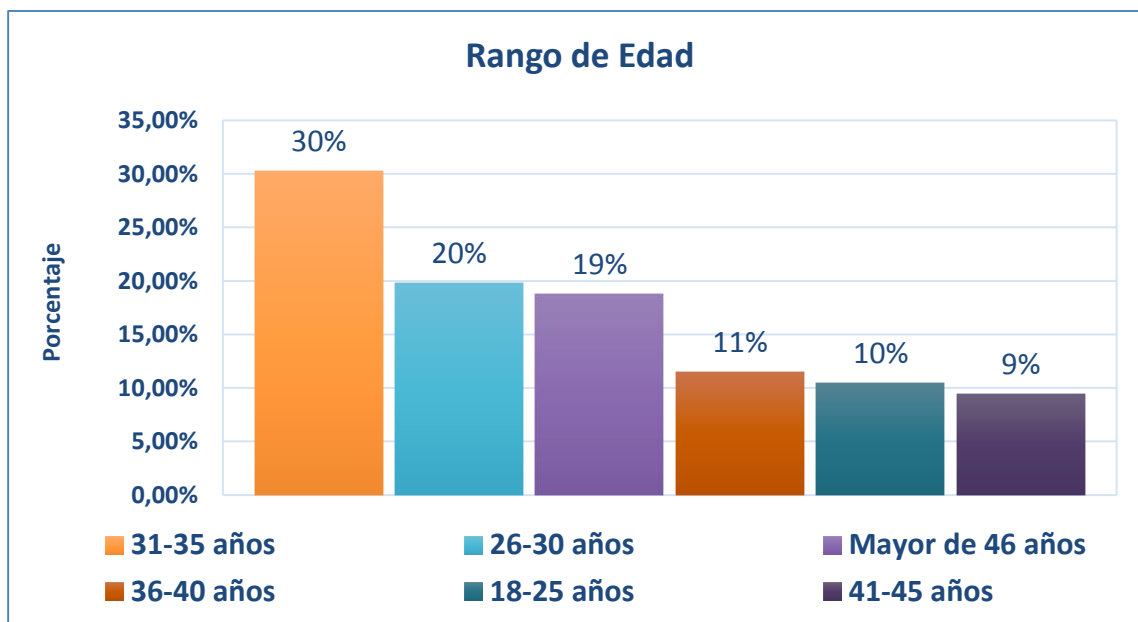
Tabla 2. ¿Rango de edad?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Rango de edad	18-25 años	10
	26-30 años	19
	31-35 años	29
	36-40 años	11
	41-45 años	9
	Mayores de 46 años	18
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 2, se puede apreciar que el rango predominante es el de 31 a 35 años con el 30,00%, y el minoritario es el rango de 41 a 45 años con un 9,00%, de la población encuestada, esto indica que la diferencia es amplia, pero no tanto con respecto de los demás. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 2. ¿Rango de edad?



Fuente: Elaborada por el investigador, agosto 2016

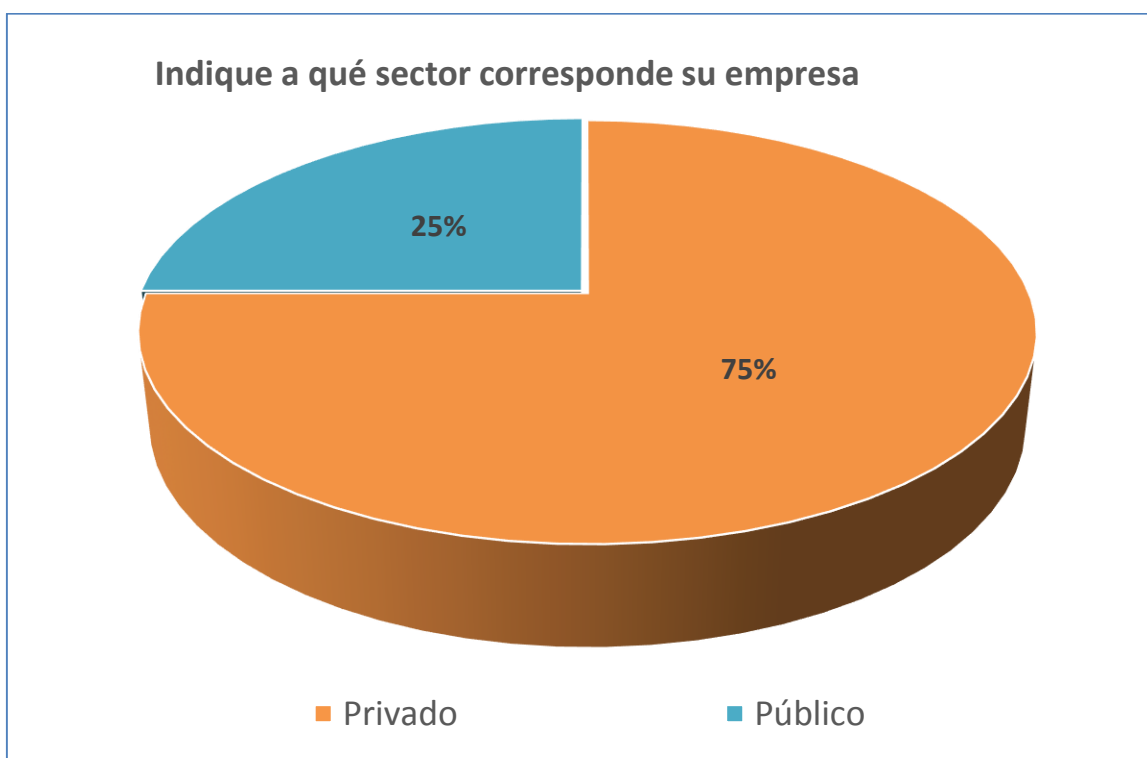
Tabla 3. ¿Indique a qué sector corresponde su empresa?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Indique a qué sector corresponde su empresa	Privado	72
	Público	24
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 3, el 75,00% de las personas encuestadas trabaja en el sector privado y el 25,00% restante pertenece al sector público. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 3. ¿Indique a qué sector corresponde su empresa?



Fuente: Elaborada por el investigador, agosto 2016

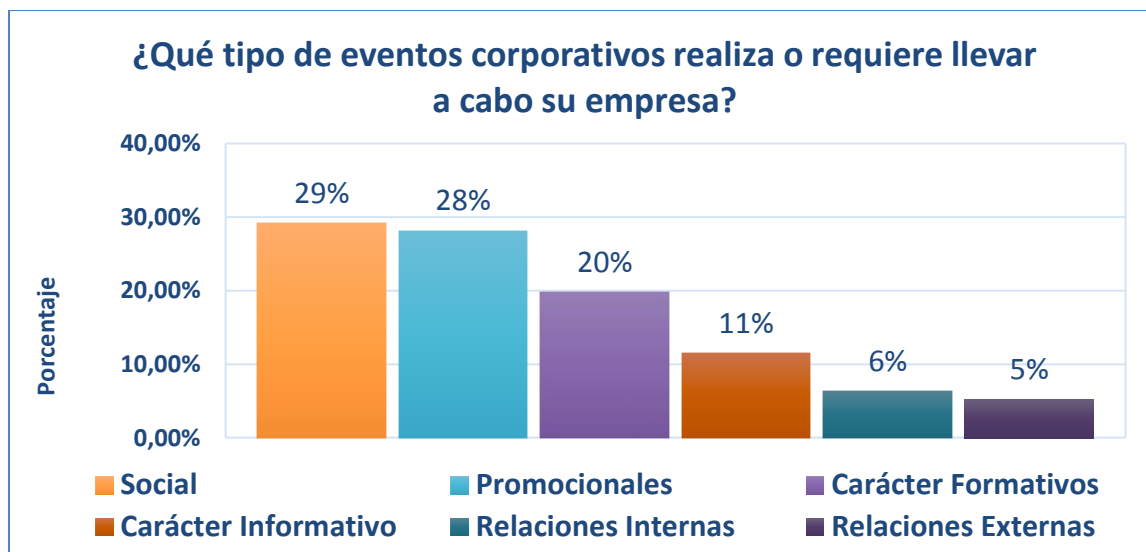
Tabla 4. ¿Qué tipo de eventos corporativos realiza o requiere llevar a cabo su empresa?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Qué tipo de eventos corporativos realiza o requiere llevar a cabo su empresa	Eventos Sociales	28
	Eventos Promocionales	27
	De Carácter Formativo	19
	De Carácter Informativo	11
	De Relaciones Internas	6
	De Relaciones Externas	5
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 4, se puede apreciar que el rango más predominante es el de Eventos Sociales con el 29,00%, y el minoritario es el de Relaciones Externas con un 5,00% de las personas encuestadas, esto sirve de parámetro para el enfoque de nuestra Organizadora de Eventos. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 4. ¿Qué tipo de eventos corporativos realiza o requiere llevar a cabo su empresa?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016.

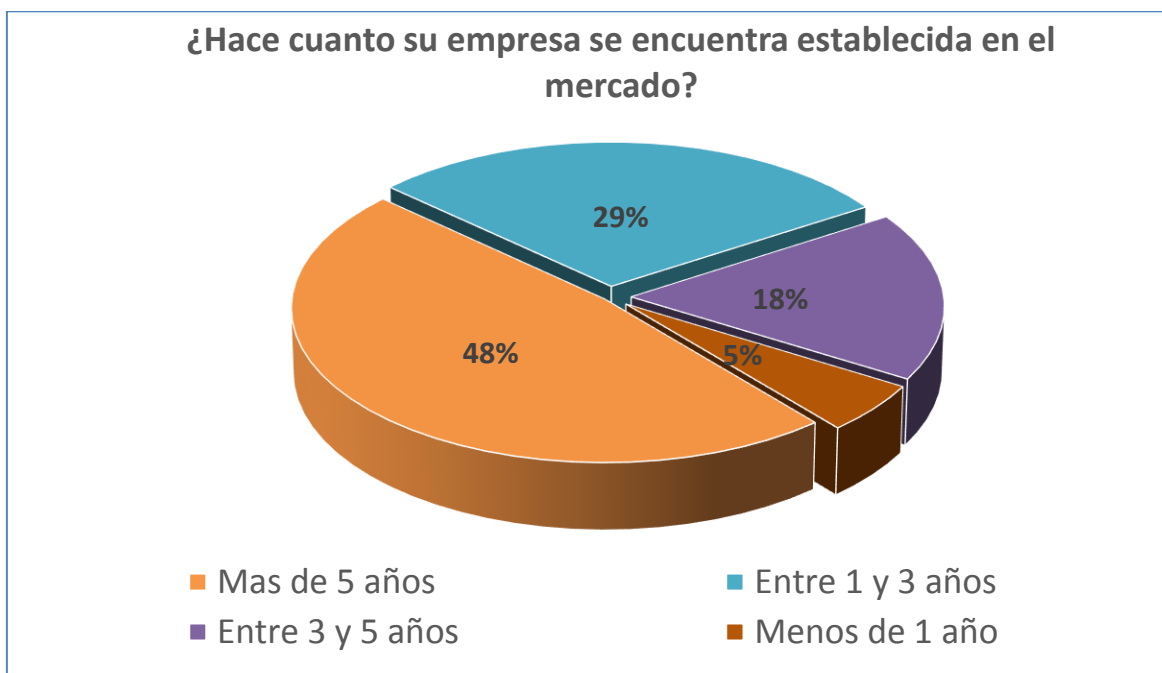
Tabla 5. ¿Hace cuánto su empresa se encuentra establecida en el mercado?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Hace cuánto su empresa se encuentra establecida en el mercado	Menos de 1 año	5
	Entre 1 y 3 años	28
	Entre 3 y 5 años	17
	Más de 5 años	46
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 5, se deja ver claramente cuál es el más predominante, en este caso es la empresa constituida en el mercado con más de 5 años con un 48,00% y el minoritario es la que tiene menos de 1 año de constituida con un 5,00%, de las personas encuestadas lo que indica que la mayoría de clientes meta tiene ya bastantes años de estar en el mercado. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 5. ¿Hace cuánto su empresa se encuentra establecida en el mercado?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

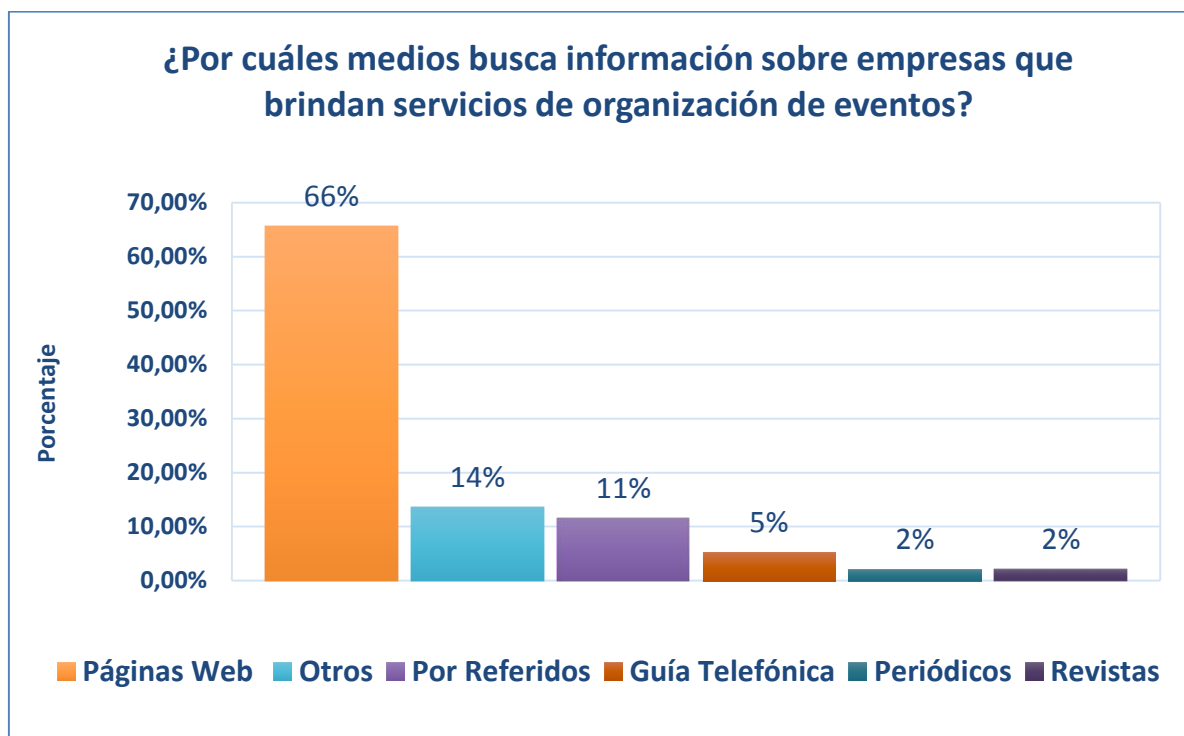
Tabla 6. ¿Por cuáles medios busca información sobre empresas que brindan servicios de organización de eventos?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Por cuáles medios busca información sobre empresas que brindan servicios de organización de eventos	Páginas web	63
	Otros	13
	Por Referidos	11
	Guía Telefónica	5
	Periódicos	2
	Revistas	2
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 6, se aprecia muy ampliamente que el más predominante son las páginas webs con un 66,00% y el minoritario son revistas y periódicos con un 2,00%, lo que indica que se debe realizar mucha publicidad vía web. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 6. ¿Por cuales medios busca información sobre empresas que brindan servicios de organización de eventos?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

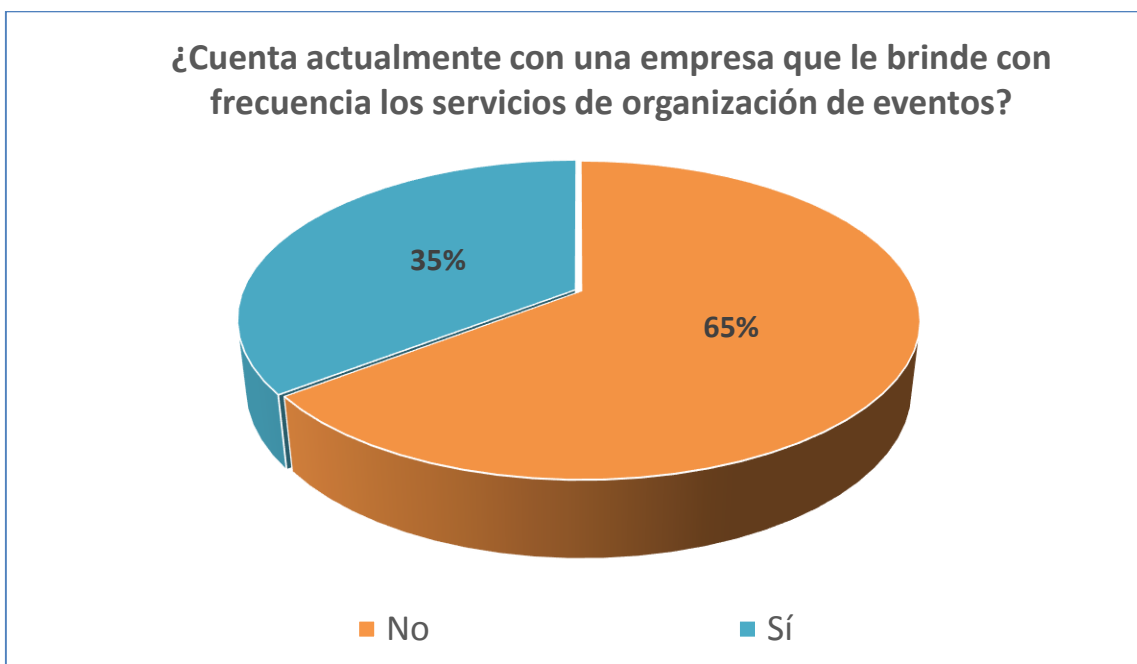
Tabla 7. ¿Cuenta actualmente con una empresa que le brinde con frecuencia los servicios de organización de eventos?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cuenta actualmente con una empresa que le brinde con frecuencia los servicios de organización de eventos	No	62
	Sí	34
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 7, los datos obtenidos en la encuesta indica que el 65,00% de las empresas no cuenta con un proveedor que brinda este servicio, por tal motivo, se debe enfocar mucho este departamento, mientras que el 35,00% sí cuenta con dicho proveedor, esto da un gran parámetro del enfoque que se debe tener para abarcar ambas posiciones y así nuestro posicionamiento en el mercado. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 7. ¿Cuenta actualmente con una empresa que le brinde con frecuencia los servicios de organización de eventos?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

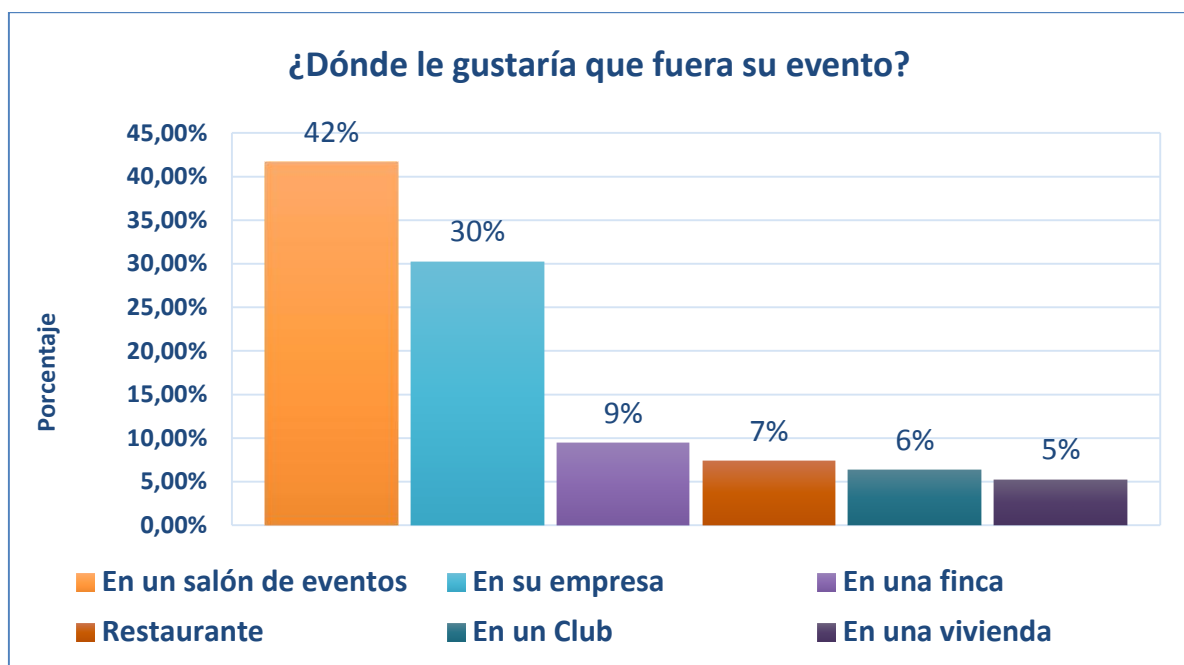
Tabla 8. ¿Dónde le gustaría que fuera su evento?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Dónde le gustaría que fuera su evento	En una Sala de Eventos	40
	En la Empresa	29
	En una Finca	9
	En un Restaurante	7
	En un Club	6
	En una Vivienda	5
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 6, de las personas encuestadas el 42,00% es el factor más predominante ya que prefiere que el evento sea en una Sala de Eventos, y el minoritario es que se realice en una Vivienda con el 5,00%, esta situación indica lo importante de contar con un lugar propio con una ubicación centralizada y adicionalmente ver la comodidad de nuestra clientela en un alquiler por convenir. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 8. ¿Dónde le gustaría que fuera su evento?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

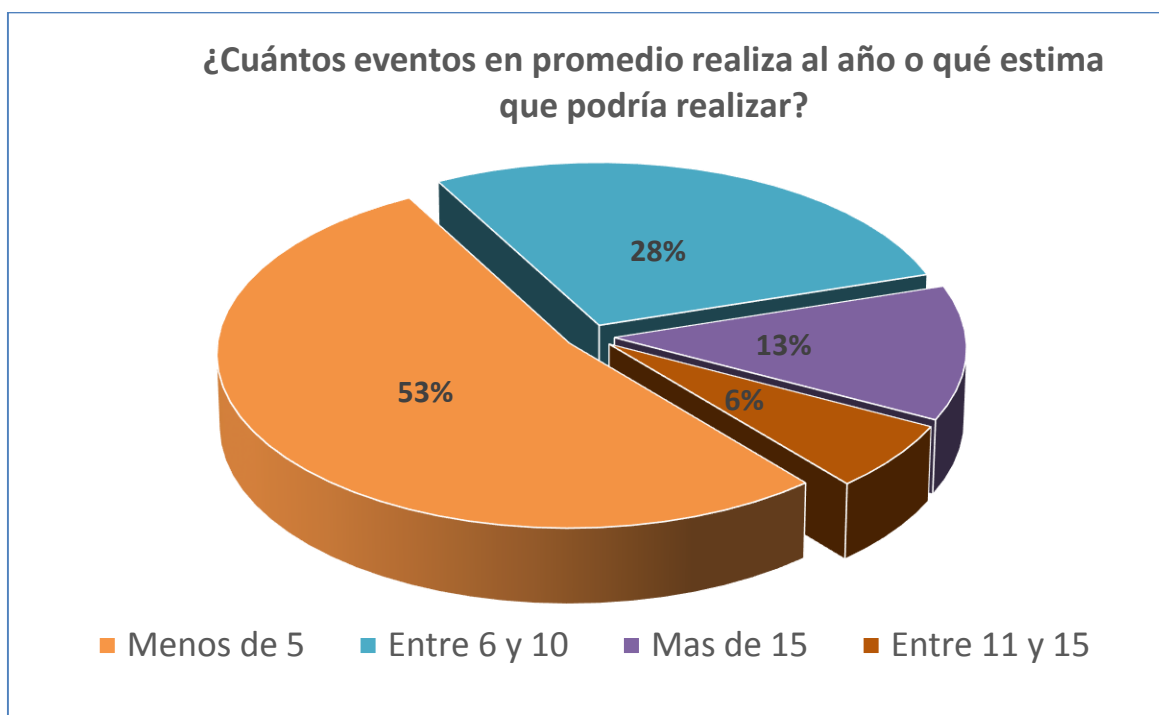
Tabla 9. ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año o qué estima que podría realizar?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cuántos eventos en promedio realiza al año o qué estima que podría realizar	Menos de 5	51
	Entre 6 y 10	27
	Más de 15	12
	Entre 11 y 15	6
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 9, da como resultado que el más predominante es el de menos de 5 eventos con un 53,00%, y el minoritario es entre 11 y 15 eventos con un 6,00%, esto da una cuantificación de cómo se debe abarcar bien el mercado para generar posicionamiento y, a su vez, aceptación. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 9. ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año o qué estima que podría realizar?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

Tabla 10. ¿Cuáles son los problemas que con mayor frecuencia se han presentado en la coordinación de eventos?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cuáles son los problemas que con mayor frecuencia se han presentado en la coordinación de eventos	Precios muy elevados	40
	Servicio deficiente	29
	Falta de coordinación	9
	Atraso en la entrega del diseños	7
	Eventos no se adaptan a lo contratado	6
	Falta de servicio en temporadas pico	5
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 10, el más predominante son los precios muy elevados con un 46,00%, y el minoritario es la falta de servicios en temporadas pico con un 3,00%, esta lleva a una sensibilización con los precios de los servicios para que sean acordes con todas las partes sin olvidar los demás datos aportados en la encuesta. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 10. ¿Cuáles son los problemas que con mayor frecuencia se han presentado en la coordinación de eventos?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

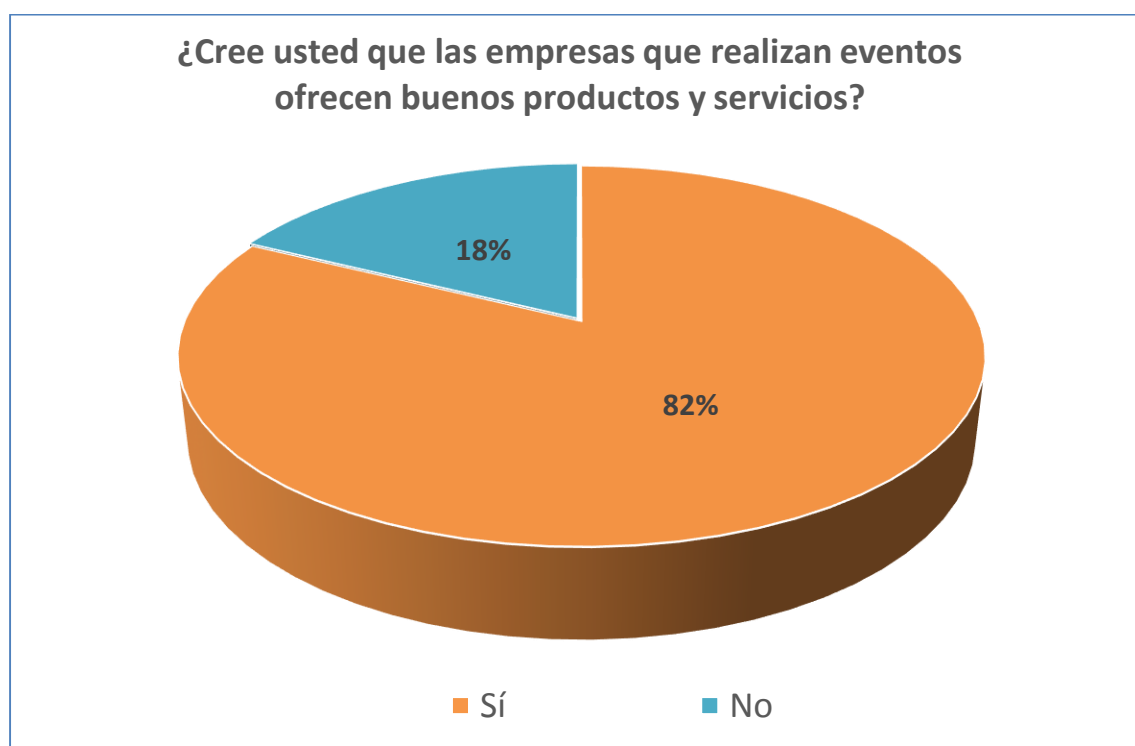
Tabla 11. ¿Cree usted que las empresas que realizan eventos ofrecen buenos productos y servicios?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cree usted que las empresas que realizan eventos ofrecen buenos productos y servicios	Sí	79
	No	17
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 11, los datos obtenidos en la encuesta indica que el 82,00% de las personas opina que las empresas que realizan eventos sí ofrecen buenos servicios, mientras que el 35,00% señala que no, esto beneficia dado que se tiene una gran impresión del servicio y la mejora será constante para disminuir la tendencia del no. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 11. ¿Cree usted que las empresas que realizan eventos ofrecen buenos productos y servicios?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

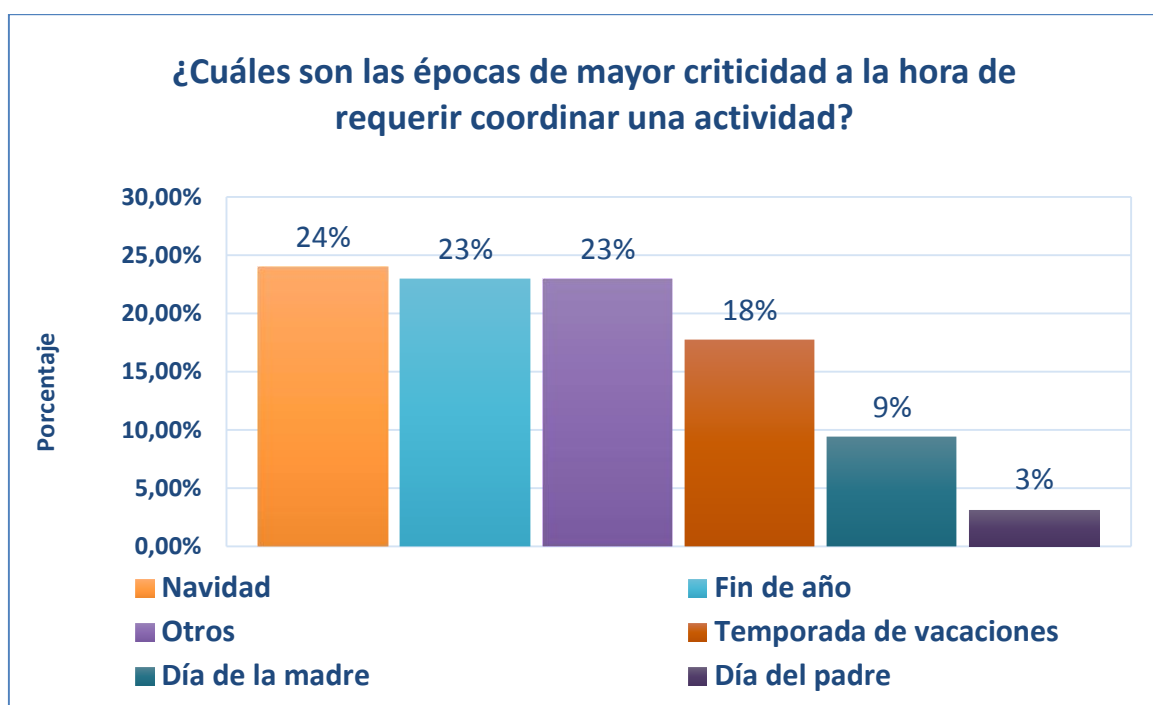
Tabla 12. ¿Cuáles son las épocas de mayor criticidad a la hora de requerir coordinar una actividad?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cuáles son las épocas de mayor criticidad a la hora de requerir coordinar una actividad	Navidad	23
	Fin de Año	22
	Otros	22
	Temporada de Vacaciones	17
	El Día de la Madre	9
	El Día del Padre	3
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 12, el más predominante es la época de Navidad con un 24,00%, y el minoritario es el día del Padre con un 3,00%, esto indica que la distribución es muy variada, adicionando las fechas especiales por definir por cada empresa. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 12. ¿Cuáles son las épocas de mayor criticidad a la hora de requerir coordinar una actividad?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

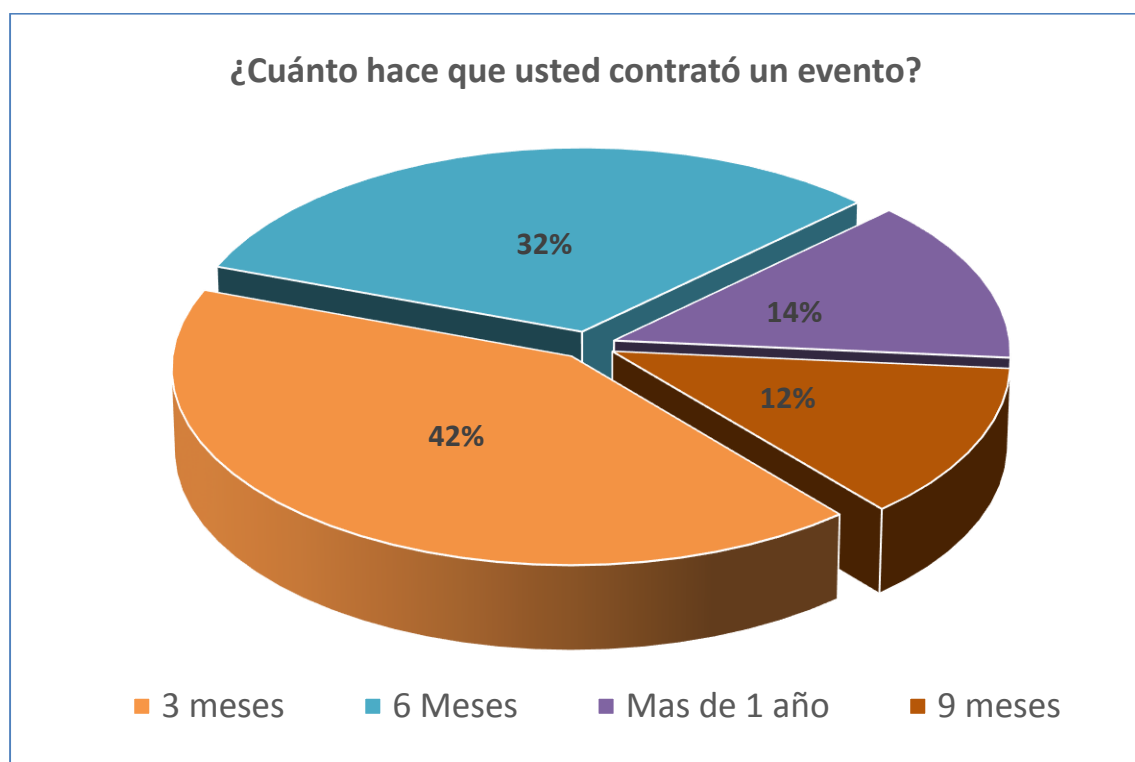
Tabla 13. ¿Cuánto hace que usted contrató un evento?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cuánto hace que usted contrató un evento	3 meses	40
	6 meses	31
	Más de 1 año	13
	9 meses	12
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 13, da como resultado que el más predominante es el de 3 meses con un 42,00%, y el minoritario es el de 9 meses con un 12,00%, con esta información se puede destacar la gran cantidad de eventos que se podrían abarcar en un año y en los periodos de más demanda. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 13. ¿Cuánto hace que usted contrató un evento?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

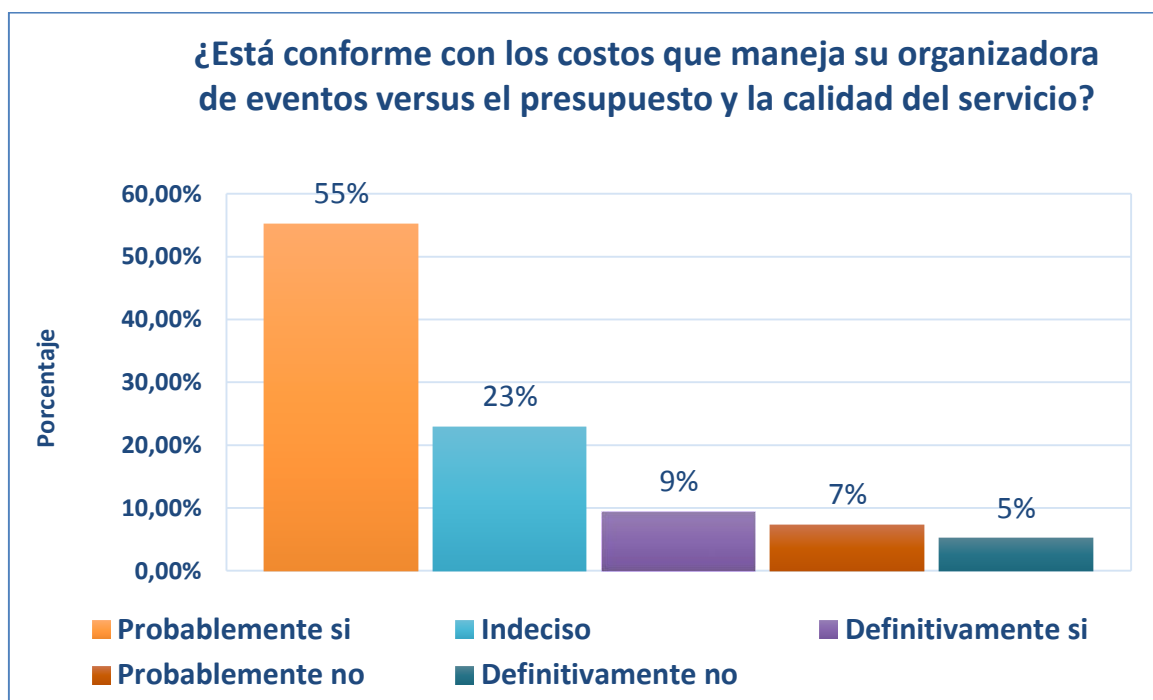
Tabla 14. ¿Está conforme con los costos que maneja su organizadora de eventos versus el presupuesto y la calidad del servicio?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Está conforme con los costos que maneja su organizadora de eventos versus el presupuesto y la calidad del servicio	Probablemente Sí	53
	Indeciso	22
	Definitivamente Sí	9
	Probablemente No	7
	Definitivamente No	5
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 14, el más predominante es Probablemente Sí con un 55,00%, y el minoritario es Definitivamente No con un 5,00%, esto indica que las personas encuestadas tienen un concepto muy aceptable con referencia a calidad versus el presupuesto. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 14. ¿Está conforme con los costos que maneja su organizadora de eventos versus el presupuesto y la calidad del servicio?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

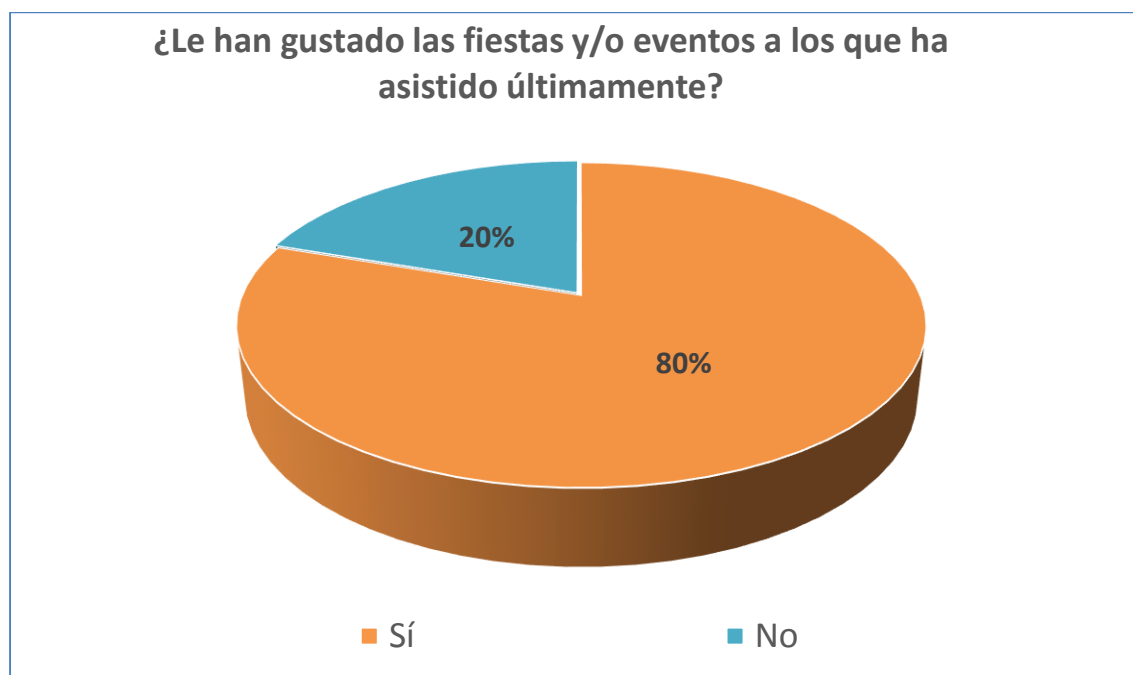
Tabla 15. ¿Le han gustado las fiestas y/o eventos a los que ha asistido últimamente?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Le han gustado las fiestas y/o eventos a los que ha asistido últimamente	Sí	77
	No	19
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 15, los datos obtenidos en la encuesta indica que el 80,00% de las personas opina que les ha gustado las fiestas o eventos a los cuales han asistido, mientras que el 20,00% manifiesta que no, se sigue demostrando que es una actividad rentable, pero que se debe doblar esfuerzos para acortar ese margen, para tratar de satisfacer todas las necesidades para el éxito de cada actividad. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 15. ¿Le han gustado las fiestas y/o eventos a los que ha asistido últimamente?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

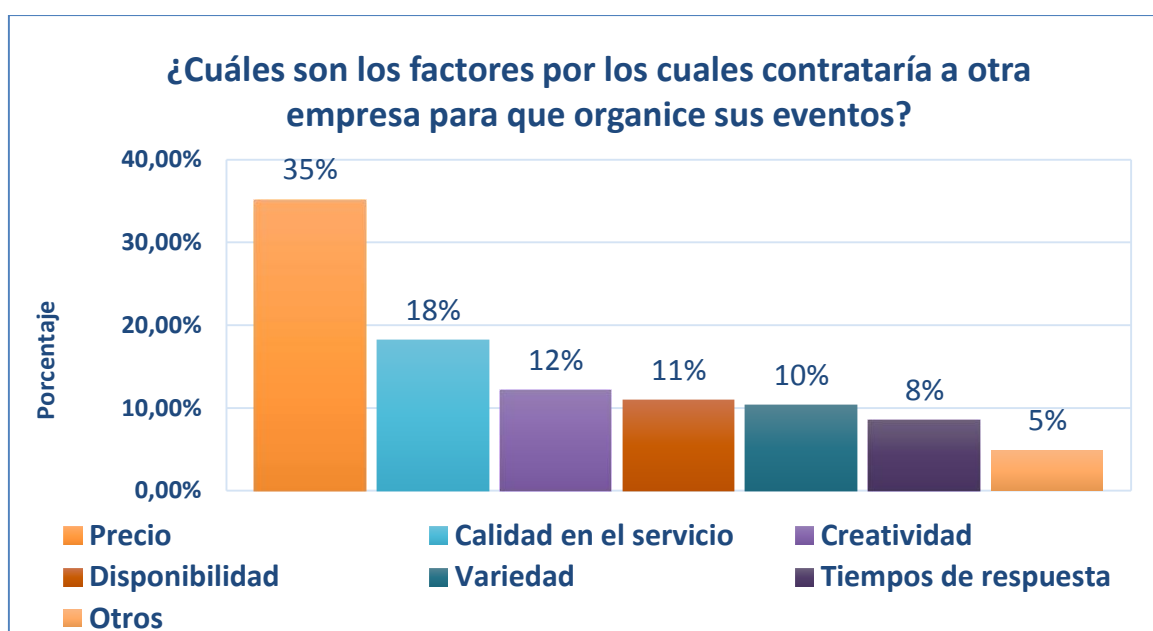
Tabla 16. ¿Cuáles son los factores por los cuales contrataría a otra empresa para que organice sus eventos?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cuáles son los factores por los cuales contrataría a otra empresa para que organice sus eventos	Precio	58
	Calidad del Servicio	30
	Creatividad	20
	Disponibilidad	18
	Variedad	17
	Tiempo de Respuesta	14
	Otros	8
Total		165

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 16, el factor más predominante es definitivamente el precio con un 35,00%, y el minoritario son otros factores con un 5,00%, cabe destacar que estos puntos son de suma importancia de tomar en cuenta, con el fin de ganar adeptos de diferentes empresas o personas que deseen realizar un evento de cualquier índole. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 16. ¿Cuáles son los factores por los cuales contrataría a otra empresa para que organice sus eventos?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

Tabla 17. ¿Le parecen interesantes y variadas las decoraciones de los eventos a los que ha asistido?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Le parecen interesantes y variadas las decoraciones de los eventos a los que ha asistido	Sí	64
	No	32
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 17, los datos obtenidos en la encuesta indica que el 67,00% de las personas opina que les parece interesante y variadas las decoraciones a los eventos que han asistido, mientras que el 33,00% indica que no, para seguir tomando en cuenta que dependiendo del evento acorde deberá de ir la decoración, o según el cliente solicite. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 17. ¿Le parecen interesantes y variadas las decoraciones de los eventos a los que ha asistido?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

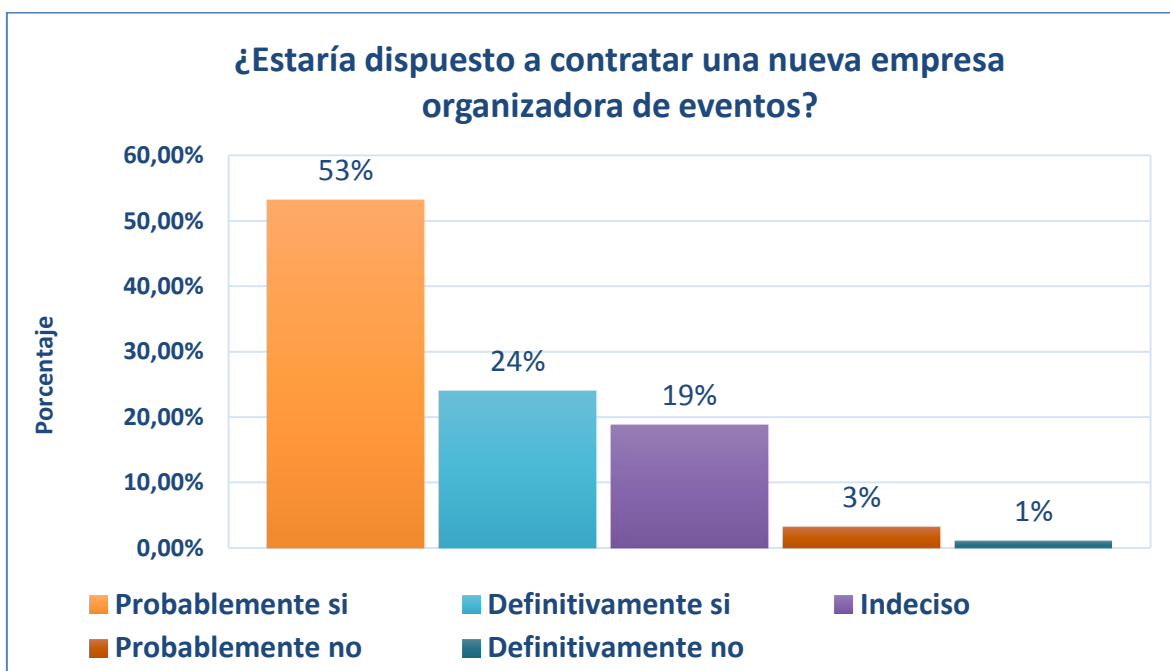
Tabla 18. ¿Estaría dispuesto a contratar una nueva empresa organizadora de eventos?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Estaría dispuesto a contratar una nueva empresa organizadora de eventos	Probablemente Sí	51
	Definitivamente Sí	23
	Indeciso	18
	Probablemente No	3
	Definitivamente No	1
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 18, el más predominante es Probablemente Sí con un 53,00%, y el minoritario es Definitivamente No con un 1,00%, esto indica que las personas encuestadas están anuentes a un cambio por lo que se debe trabajar enfocado en este punto. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 18. ¿Estaría dispuesto a contratar una nueva empresa organizadora de eventos?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

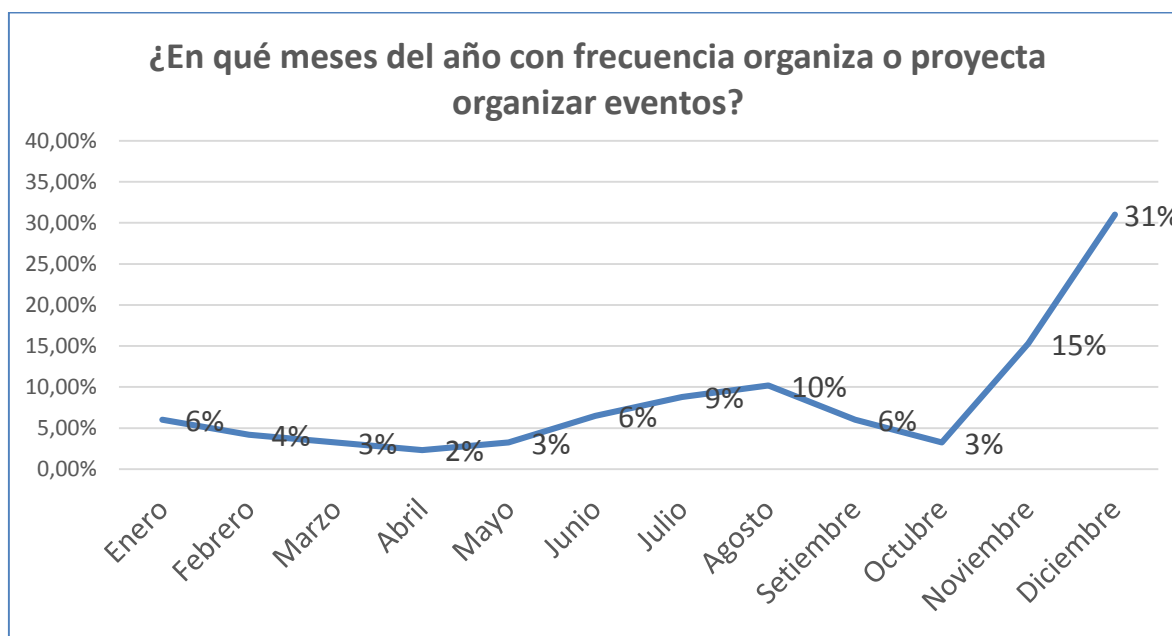
Tabla 19. ¿En qué meses del año con frecuencia organiza o proyecta organizar eventos?

Descripción	Distribución	Frecuencia	Distribución	Frecuencia
En qué meses del año con frecuencia organiza o proyecta organizar eventos	Enero	13	Julio	19
	Febrero	9	Agosto	22
	Marzo	7	Setiembre	13
	Abril	5	Octubre	7
	Mayo	7	Noviembre	33
	Junio	14	Diciembre	67
Totales		168		48
Total		216		

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 19, el más predominante es el mes de diciembre con un 31,00%, y el minoritario es el mes de abril con un 2,00%, esto refleja la tendencia de eventos por mes de los encuestados que servirá de parámetro para empezar nuestra actividad. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 19. ¿En qué meses del año con frecuencia organiza o proyecta organizar eventos?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

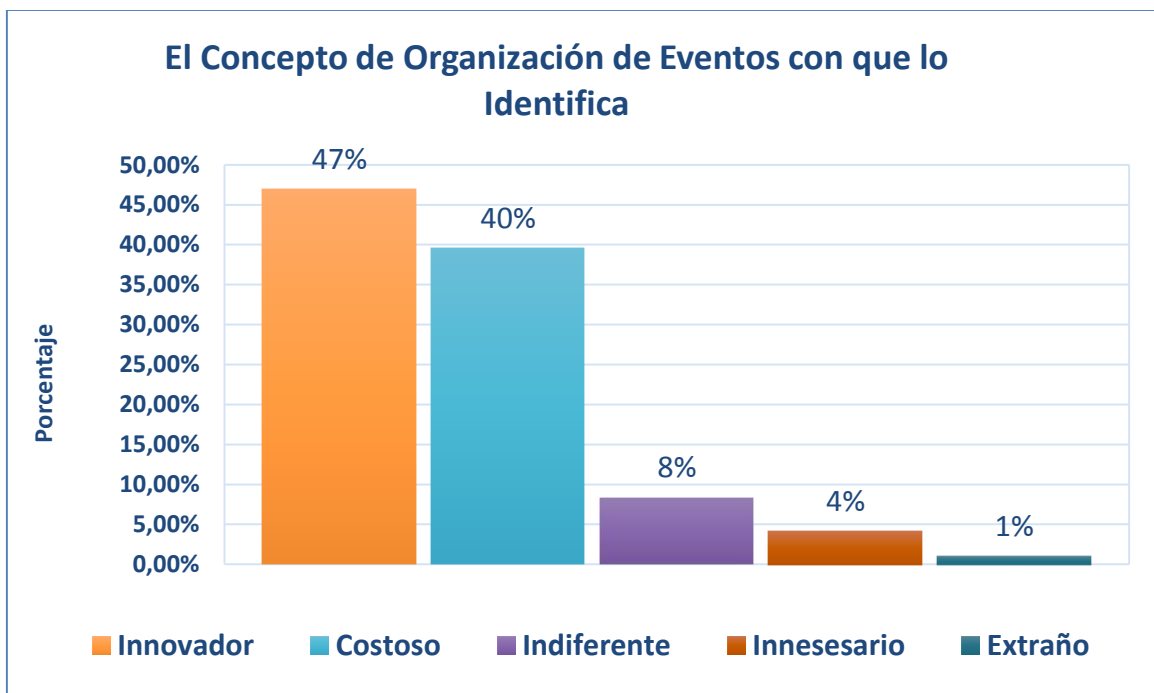
Tabla 20. ¿El concepto de organización de eventos con que lo identifica?

Descripción	Distribución	Frecuencia
El concepto de Organización de Eventos con que lo identifica	Innovador	45
	Costoso	38
	Indiferente	8
	Innecesario	4
	Extraño	1
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 20, el más predominante es el Innovador con un 47,00%, y el minoritario es Extraño con un 1,00%, esto define que el cliente desea eventos diferenciados los cuales se deben de empezar a marcar a la hora de plantear o definir tal evento. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 20. ¿El concepto de organización de eventos con que lo identifica?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

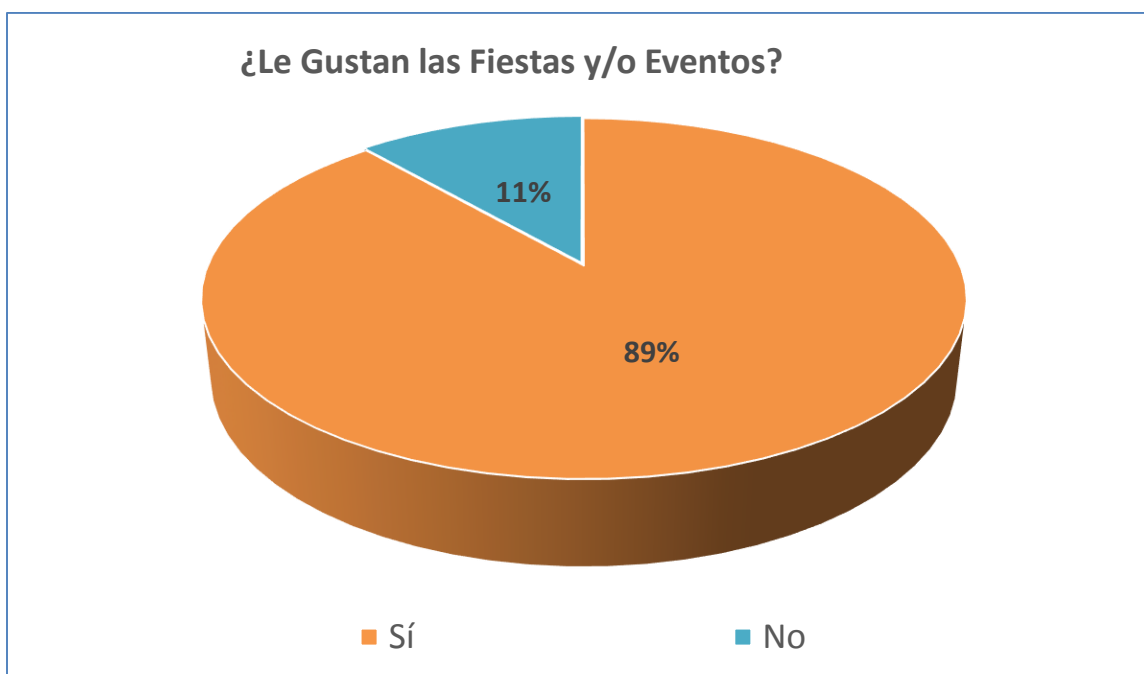
Tabla 21. ¿Le gustan las fiestas y/o eventos sociales?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Le gustan las fiestas y/o eventos sociales	Sí	85
	No	11
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 21, los datos obtenidos en la encuesta indica que el 89,00% de las personas opina que les gusta las fiestas o eventos, mientras que el 11,00% manifiesta que no, es un dato muy concluyente el cual beneficia en la nueva propuesta que se realizaran a los vecinos de Moravia. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 21. ¿Le gustan las fiestas y/o eventos sociales?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

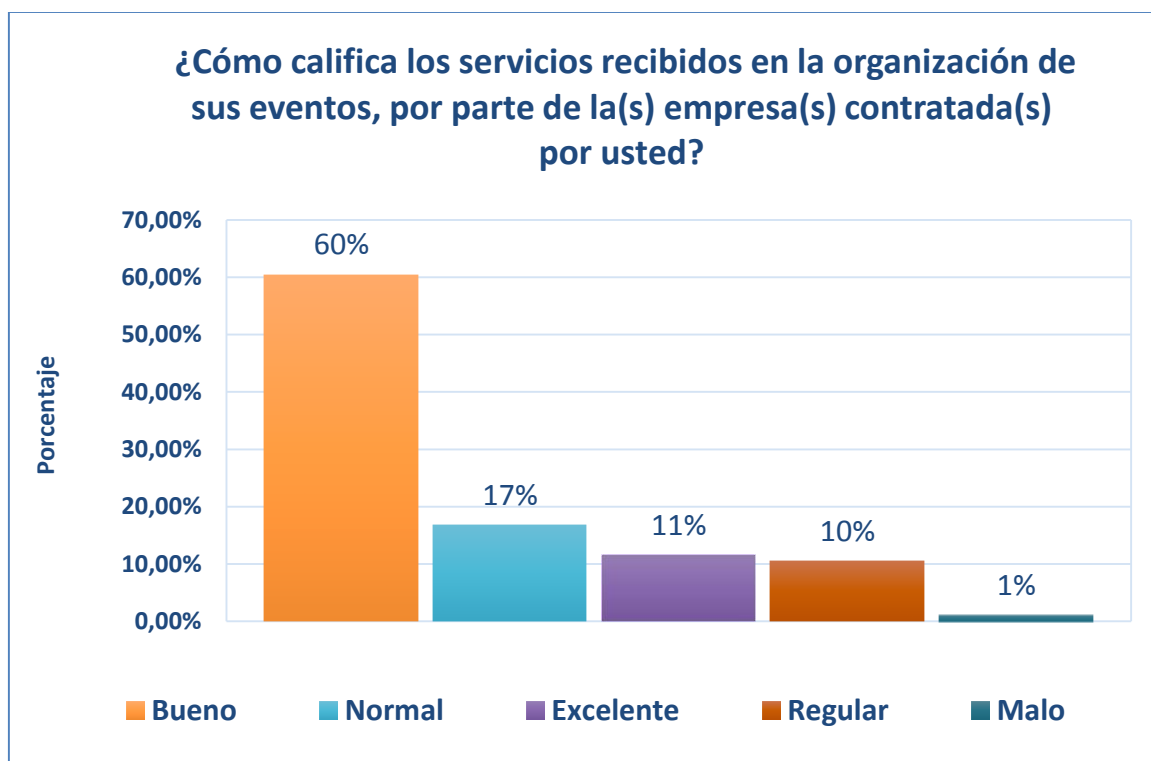
Tabla 22. ¿Cómo califica los servicios recibidos en la organización de sus eventos, por parte de la(s) empresa(s) contratada(s) por usted?

Descripción	Distribución	Frecuencia
Cómo califica los servicios recibidos en la organización de sus eventos, por parte de la(s) empresa(s) contratada(s) por usted	Bueno	58
	Normal	16
	Excelente	11
	Regular	10
	Malo	1
Total		96

Fuente: Encuesta aplicada a la Población de Moravia, agosto 2016.

Según la Tabla 22, el más predominante es Bueno con un 60,00%, y el minoritario es Malo con un 1,00%, éste es el desafío al cual se le debe dar énfasis para ir ofreciendo día a día un mejor trabajo en busca de la excelencia. Dichos resultados porcentuales se ilustran en el siguiente gráfico.

Gráfico 22. ¿Cómo califica los servicios recibidos en la organización de sus eventos, por parte de la(s) empresa(s) contratada(s) por usted?



Fuente: Elaboración del investigador, agosto 2016

4.1.3 Análisis de resultados

Según los datos relevantes obtenidos en la encuesta aplicada en agosto 2016 en el cantón de Moravia, como muestra se concluye que la mayoría de los encuestados pertenece al género masculino con un 59,00%, y el rango de edad de los futuros consumidores están de 26 años en adelante, además que el 75,00% trabaja en el sector Privado, adicionalmente el medio más fácil de buscar un proveedor es vía web en un 66,00%.

Se determina que el 65,00% de los encuestados no cuenta con un proveedor para su organización de eventos, y el que los tiene actualmente, estaría dispuesto a contratar otro en un 51,00%. La frecuencia más preponderante en que lo harían sería cada 3 meses con un 42,00%, con la mayoría teniendo al menos 5 eventos al año con un 53,00%, el lugar preferido por los encuestados para festejar el evento sería en una sala de eventos en un 42,00%.

También, se denota que la característica principal por la que optarían por el servicio sería por la calidad aunado a un precio razonable en un 46,00%. Los encuestados dijeron que la época de más eventos era Navidad y fin de año con un 47,00%, sin dejar de recalcar que durante todos los meses del año se encuentran diversidad de eventos a los cuales se le debe prestar mucha atención, el 47,00% de los encuestados les gusta la innovación de los eventos, como también el 67,00% les gusta la parte decorativa.

4.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

En esta investigación, la segmentación del mercado se basa en criterios enfocados hacia empresas y no hacia consumidores finales, esto debido a que las empresas son consideradas los clientes principales. Estos criterios están dados en factores que giran en torno a la empresa, de esta manera Construcción Eventos Vanessa S.A., se enfoca en los siguientes:

- **Geográficamente:** Empresas que realicen sus actividades en el cantón de Moravia.
- **Demanda Insatisfecha:** Empresas que requieren y deban contratar a proveedores que cumplan con todas sus expectativas de acuerdo con sus necesidades.
- **Demanda no cubierta:** Empresas que no han contratado el servicio de Organización de eventos, pero que sí se encuentran muy interesados en hacerlo para satisfacer sus diferentes necesidades.

4.2.1 Demanda potencial

Es el conjunto de productos o servicios que puede ofrecer Construcción Eventos Vanessa S.A., a los futuros clientes en un periodo de tiempo determinado, tomando en consideración el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Se establecerá, según las proyecciones de crecimiento que operará la empresa.

4.3 MEZCLA DE MERCADEO

Es de vital importancia realizar una mezcla de mercadeo cuando se va a producir un producto o un servicio, ya que es el medio por el cual el producto o servicio se promociona y así se logra el objetivo final, que es la venta del producto.

4.3.1 Producto

Nuestra empresa, Construcción Eventos Vanessa S.A., como su propio nombre lo indica se encarga de construir el evento como el cliente lo prefiera, para ello se contará con asesores profesionales para ofrecer un servicio completo en materia de eventos. Se pretende ser una organización dinámica, innovadora y de confianza.

La empresa tiene como fin la prestación de un servicio completo, el cual busca brindar con estándares de calidad, para satisfacer las necesidades de los clientes. Este servicio se diseñará de acuerdo con las especificaciones que brinde el cliente y a su “deseo” del evento. Construcción Eventos Vanessa S.A., se encargará de todos los detalles y de ofrecer un servicio personalizado, en el tiempo y la forma como fue estipulado por el cliente.

4.3.2 Proveedores

La mayoría de los servicios que se proporcionan se realiza gracias a la aportación de productos de nuestros proveedores. Ellos proveen todo lo necesario para que se pueda ofrecer lo mejor a nuestros clientes con un precio inferior al de otras empresas del sector.

Los servicios que Construcción Eventos Vanessa S.A., solicitará a sus proveedores para la realización de sus eventos, entre otros serán:

- Mantelería
- Mobiliario
- Alimentos
- Bebidas
- Iluminación
- Música
- Florería
- Invitaciones
- Recuerdos
- Salones
- Fotografía
- Video
- Seguridad privada
- Transporte
- Animación

El servicio que Construcción Eventos Vanessa S.A., preste a sus clientes dependerá al 70,00% de sus proveedores, por lo tanto, es sin duda que la elección de los proveedores es una de las tareas más difíciles e importantes de la empresa y de la cual depende el lograr brindar servicios confiables, responsables y con calidad, ya que Construcción Eventos Vanessa S.A., es quien asume la responsabilidad.

4.3.3 Precio

La Demanda es inelástica con respecto del precio: según información de las encuestas, los clientes aceptaban precios altos, siempre y cuando exista variedad y calidad en el servicio. Dado lo anterior, se cobrará una tarifa con base en el presupuesto y tamaño del evento.

Es importante recalcar que, dentro del costo cotizado al cliente, se encuentra incluido el pago a los proveedores por los bienes o servicios que brindarán en el evento, adicionalmente, ese costo contemplará nuestra tarifa. Los precios que ofrecerá la empresa son variables, ya que dependen del tipo de servicio demandado por cada Compañía o Persona. Nuestros servicios, se amoldarán a las posibilidades o preferencias de cada compañía y/o cliente. Por lo tanto, cuanto más completo sean los requerimientos del servicio, más altos serán los costos.

Los precios estarán definidos por las variables descritas a continuación, las cuales afectan el precio de manera directa (costoso o económico), ya que todas van enlazadas dentro del proceso de prestación del servicio de organización del evento.

- Número de personas que asiste al evento.
- Salón donde se realizará el evento.
- Menú del evento.
- Clasificación del evento (Fiestas de fin de año, reuniones, capacitaciones, fechas festivas, convenciones, bodas, bautizos, etc.).
- Decoración.
- Animación.
- Costos logísticos.
- Costos de publicidad y promoción.

4.3.4 Promoción

La promoción es una estrategia de gran importancia dentro del ámbito de eventos, por lo tanto, la empresa debe crear su propio evento de inauguración, en el cual invitará a los principales gerentes y/o personal responsable de los eventos, así como a clientes potenciales que componen nuestro segmento, ésta será nuestra promoción de apertura, además se organizará todas las actividades de promoción necesarias para que la empresa pueda comunicar las cualidades y características de sus productos y servicios, esto con la

finalidad de persuadir a los clientes para que se interesen y deseen “probar” los servicios que se les proporciona. Estas actividades incluyen: publicidad, venta personal, promoción de ventas.

En un principio y como parte de la estrategia del negocio, se deberá utilizar descuentos y ofertas para atraer la atención del consumidor, sin afectar la calidad y eficiencia del servicio, ya que uno de nuestros principales objetivos es que nuestro cliente sea fiel a la compañía, por lo cual se les aplicarán descuentos a clientes habituales.

4.3.5 Plaza

La empresa busca hacer accesible el servicio al mercado meta, por medio de una política de distribución directa, como plaza para nuestro proyecto, con una oficina central ubicada en el cantón de Moravia y destinada a la atención de todos los clientes: y un canal directo mediante contacto presencial o telefónico con el Cliente.

Se destinará un espacio físico que permita almacenar todos los equipos de nuestra compañía, así como los insumos entregados por los proveedores que no sean perecederos para el desarrollo de los eventos.

4.3.6 Publicidad

Para promocionar nuestros servicios, se manejarán los siguientes canales:

- Visita personal a clientes potenciales.
- Presentación detallada del servicio.
- Publicación en guías de búsqueda: guía telefónica; revistas con enfoque empresarial y periódicos.
- Se considera que el marketing de boca en boca es una gran herramienta (puesto que cuando el servicio es realizado de manera profesional, nuestros clientes nos recomendarán a terceros).
- Páginas webs. (sitio web de Constru Eventos Vanessa, Facebook.com, Twitter, Instagram)
- Vallas informativas de publicidad presentadas en eventos
- Tarjetas de Presentación
- Plegables en medios de transporte y en establecimientos comerciales
- Entrega de volantes de publicidad e informativos.

4.4 COMPETENCIA

Son todas las empresas o personas que ejecutan actividades semejantes a las que realizará Constru Eventos Vanessa S.A., en un tiempo determinado, puede sustituir el servicio o los productos que nuestra empresa compone.

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

Busca determinar la ubicación del local, la distribución óptima del mobiliario y el equipo de oficina, así como el uso de los recursos: suministros de oficina y de limpieza.

4.5.1 Localización de la empresa

La oficina de atención a clientes potenciales de Constru Eventos Vanessa S.A., se encuentra ubicada 150 metros al este y 50 metros al norte de Eaton (antigua Cutler & Hammer) en San Vicente de Moravia, San José. Es un sector estratégico donde los consumidores tendrán fácil acceso.

Figura 3. Ubicación de local comercial



Fuente: Google Maps (s.f.), Recuperado en enero 2017.

<https://www.google.es/maps/@9.958925,84.0449882,577a,20y,41.29t/data=!3m1!1e3>

4.5.2 Distribución de las instalaciones

La organizadora de eventos contará con una sala de reuniones, con 2 servicios sanitarios, uno de hombres y uno de mujeres, cumplido con Ley N° 7600, Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, cocina, oficina, bodega.

4.5.3 Descripción de bienes y mobiliario para oficina

Para que una empresa pueda iniciar operaciones, necesita del mobiliario y el equipo de oficina óptimo (activos de la empresa). Por lo tanto, para conocer el precio de dichos recursos se cotizaron en los diferentes lugares.

- Office Depot
- Importadora Monge
- Almacenes Siman
- Auto Mercado

Por lo tanto, en la tabla 23, se puede observar los precios del mobiliario y equipo de oficina requerido.

Tabla 23. Bienes y mobiliario

Constru Eventos Vanessa					
Bienes y Mobiliario	Proveedor	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Precio Total
Archivos Legal 2 gavetas	Office Depot	1	Unidad	¢135,990.00	¢135,990.00
Caja Fuerte 2 Niveles	Office Depot	1	Unidad	¢214,990.00	¢214,990.00
Cámara fotográfica Sony	Office Depot	1	Unidad	¢289,990.00	¢289,990.00
Coffe Maker Black + Decker	Importadora Monge	1	Unidad	¢53,465.00	¢53,465.00
Computadora escritorio Slimline HP	Office Depot	1	Unidad	¢399,990.00	¢399,990.00
Computadora portátil Toshiba C55	Office Depot	1	Unidad	¢419,990.00	¢419,990.00
Disco Duro Externo 1Tb Toshiba	Siman	1	Unidad	¢59,900.00	¢59,900.00
Dispensador de agua	Florida Bebidas	1	Unidad	Donado	¢0.00
Escritorio de computadora Tipo L	Office Depot	2	Unidad	¢109,990.00	¢219,980.00
Impresora multifuncional Epson L575	Office Depot	1	Unidad	¢206,990.00	¢206,990.00
Lámpara Detectora billetes falsos	Steren	1	Unidad	¢16,200.00	¢16,200.00
Mesa rectangular con 6 sillas	Importadora Monge	1	Unidad	¢185,000.00	¢185,000.00
Microondas General Electric	Importadora Monge	1	Unidad	¢48,230.00	¢48,230.00
Minicomponente tipo torre Sony	Office Depot	1	Unidad	¢359,990.00	¢359,990.00
Monitor Samsung 22 pulgadas	Office Depot	1	Unidad	¢83,990.00	¢83,990.00
Pizarra Blanca 90x120cms	Office Depot	1	Unidad	¢21,390.00	¢21,390.00
Refrigeradora 21" Mabe	Importadora Monge	1	Unidad	¢259,990.00	¢259,990.00
Router inalámbrico Linksys	Siman	1	Unidad	¢99,900.00	¢99,900.00
Sillas de espera	Office Depot	6	Unidad	¢26,990.00	¢161,940.00
Sillas Ejecutiva para oficina	Office Depot	2	Unidad	¢63,090.00	¢126,180.00
Sillon de espera	Siman	2	Unidad	¢90,000.00	¢180,000.00
Teléfono digital con dos adicionales para uso de oficina	Office Depot	1	Unidad	¢32,990.00	¢32,990.00
Televisor 50 pulgadas smart	Importadora Monge	1	Unidad	¢275,405.00	¢275,405.00

Ups Forza	Office Depot	2	Unidad	€51,990.00	€103,980.00
Video grabadora full hd Sony	Office Depot	1	Unidad	€299,990.00	€299,990.00
TOTAL					€4,256,460.00

Fuente: Datos obtenidos de cotizaciones de Office Depot, Importadora Monge y Almacenes Siman.

4.5.4 Suministros de oficina

Los suministros de oficina necesarios para que la empresa inicie labores son los siguientes. (Ver tabla. 24)

Tabla 24. Suministros de oficina

Constru Eventos Vanessa					
Suministros de Oficina	Proveedor	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Precio Total
Ampos	Office Depot	2	Unidad	€1,990.00	€3,980.00
Baners tipo roller up	Lemontrip Asociados	1	Unidad	€43,950.00	€43,950.00
Borradores 2 Unidades	Office Depot	1	Paquete	€320.00	€320.00
Brochures	Lemontrip Asociados	100	Unidad	€469.50	€46,950.00
Cable HDMI	Siman	1	Unidad	€6,500.00	€6,500.00
Cajas para archivo	Office Depot	2	Unidad	€1,890.00	€3,780.00
Calculadoras de escritorio Casio	Office Depot	1	Unidad	€12,990.00	€12,990.00
Carpetas colgantes oficio para archivos	Office Depot	2	Cajas	€9,990.00	€19,980.00
Carpetas manila tipo oficio	Office Depot	2	Unidad	€5,490.00	€10,980.00
Carpetas panoramicas	Office Depot	2	Unidad	€3,190.00	€6,380.00
Cartucho de relleno cyan	Office Depot	2	Unidad	€4,990.00	€9,980.00
Cartucho de relleno magenta	Office Depot	2	Unidad	€4,990.00	€9,980.00
Cartucho de relleno negro	Office Depot	4	Unidad	€4,990.00	€19,960.00
Cartucho de relleno yellow	Office Depot	2	Unidad	€4,990.00	€9,980.00
Cinta scotch con base 6 unidades	Office Depot	1	Paquete	€3,990.00	€3,990.00
Clips Premium	Office Depot	2	Caja	€310.00	€620.00
Corrector	Office Depot	2	Unidad	€1,040.00	€2,080.00
Cuaderno / blocks	Office Depot	2	Unidad	€3,190.00	€6,380.00

Engrapadora	Office Depot	2	Unidad	€3,990.00	€7,980.00
Goma en lápiz 2 unidades	Office Depot	1	Paquete	€2,690.00	€2,690.00
Grapas	Office Depot	2	Caja	€840.00	€1,680.00
Lapiceros azules 12 unidades	Office Depot	2	Caja	€840.00	€1,680.00
Lapiceros rojos 12 unidades	Office Depot	1	Caja	€840.00	€840.00
Lápices 12 unidades	Office Depot	1	Caja	€1,690.00	€1,690.00
Llave maya (32 gigas) kingstone	Siman	3	Unidad	€9,990.00	€29,970.00
Marcadores de pizarra azul	Office Depot	2	Unidad	€790.00	€1,580.00
Marcadores de pizarra negro	Office Depot	2	Unidad	€790.00	€1,580.00
Marcadores de pizarra rojo	Office Depot	2	Unidad	€790.00	€1,580.00
Mouse pad	Office Depot	2	Unidad	€8,990.00	€17,980.00
Mouse y teclado inalámbrico y ergonómico Maxell	Office Depot	1	Unidad	€16,290.00	€16,290.00
Papel fotografico 4 x 6 60 unidades	Office Depot	2	Paquete	€3,590.00	€7,180.00
Papel fotografico 8 1/2 x 11 25 Unidades	Office Depot	2	Paquete	€5,900.00	€11,800.00
Papelera 3 Niveles	Office Depot	2	Unidad	€5,890.00	€11,780.00
Perforadora 2 huecos	Office Depot	2	Unidad	€3,290.00	€6,580.00
Perforadora 3 huecos	Office Depot	2	Unidad	€2,490.00	€4,980.00
Porta clips	Office Depot	2	Unidad	€1,490.00	€2,980.00
Portalapiceros	Office Depot	2	Unidad	€1,090.00	€2,180.00
Post it de colores 4 colores	Office Depot	1	Paquete	€4,990.00	€4,990.00
Prensas de folder	Office Depot	2	Caja	€1,340.00	€2,680.00
Prensas de lotería	Office Depot	1	Unidad	€2,590.00	€2,590.00
Regla	Office Depot	2	Unidad	€590.00	€1,180.00
Reposa muñeca para teclado	Office Depot	2	Unidad	€9,990.00	€19,980.00
Resaltadores	Office Depot	2	Unidad	€1,190.00	€2,380.00
Resmas de Hojas blancas	Office Depot	1	Caja	€18,290.00	€18,290.00
Rótulo 75 x 50 aproximadamente	Lemontrip Asociados	1	Unidad	€27,900.00	€27,900.00
Sacagrapas	Office Depot	2	Unidad	€640.00	€1,280.00
Sello anulado 4912	Sellos Generales	1	Unidad	€5,800.00	€5,800.00
Sello cancelado 4912	Sellos Generales	1	Unidad	€5,800.00	€5,800.00
Sello comercial 4940 con arte	Sellos Generales	1	Unidad	€7,800.00	€7,800.00
Sello original firmado 4912	Sellos Generales	1	Unidad	€5,800.00	€5,800.00
Sello recibido 5460 con arte	Sellos Generales	1	Unidad	€15,000.00	€15,000.00
Separadores mensuales	Office Depot	1	Paquete	€2,390.00	€2,390.00

Sobres blanco tamaño tipo legal 100 unidades	Office Depot	1	Paquete	€1,490.00	€1,490.00
Sobres de manila para carta 50 unidades	Office Depot	1	Paquete	€2,990.00	€2,990.00
Sobres de manila para oficio 50 unidades	Office Depot	1	Paquete	€3,490.00	€3,490.00
Soporte para televisor	Importadora Monge	1	Unidad	€29,934.00	€29,934.00
Sumadora con rollo Casio	Office Depot	1	Unidad	€19,990.00	€19,990.00
Tarjetas de presentacion	Lemontrip Asociados	1000	Unidad	€79.50	€79,500.00
Tijera mediana 2 unidades	Office Depot	1	Paquete	€1,690.00	€1,690.00
TOTAL					€614,744.00

Fuente: Datos obtenidos de cotizaciones de Office Depot, Lemontrip Asociados, Sellos Generales y Almacenes Siman.

4.5.5 Artículos de limpieza

Además, se necesitan tener productos de limpieza para darle mantenimiento al local. (Ver tabla 25).

Tabla 25. Artículos de limpieza

Constru Eventos Vanessa					
Artículos de Limpieza	Lugar de Compra	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	Total
Bolsas para basura jardín	Distribuidora Borbón	1	Rollo	€3.000,00	€3.000,00
Bolsas para basura grandes	Distribuidora Borbón	1	Rollo	€3.200,00	€3.200,00
Bolsas para basura medianas	Distribuidora Borbón	1	Rollo	€2.600,00	€2.600,00
Cepillo sanitario con recipiente	Auto Mercado	1	Unidad	€1.755,00	€1.755,00
Cloro en galón	Auto Mercado	1	Unidad	€2.985,00	€2.985,00
Desinfectante en galón	Auto Mercado	1	Unidad	€2.530,00	€2.530,00
Escoba	Auto Mercado	1	Unidad	€2.195,00	€2.195,00
Glade olores (2 unidades)	Auto Mercado	1	Unidad	€8.135,00	€8.135,00
Jabón en polvo 1.5 kg	Auto Mercado	1	Paquete	€1.985,00	€1.985,00
Jabón lava platos 1 kg	Auto Mercado	2	Unidad	€1.305,00	€2.610,00
Jabón líquido para manos en galón	Auto Mercado	1	Unidad	€6.855,00	€6.855,00

Pala recogedora de basura	Auto Mercado	1	Unidad	€3.290,00	€3.290,00
Palo piso	Auto Mercado	1	Unidad	€1.625,00	€1.625,00
Papel higiénico (18 unidades) 1000 hojas	Auto Mercado	1	Paquete	€8.035,00	€8.035,00
TOTAL					€50.800,00

Fuente: Datos obtenidos del supermercado Auto Mercado y Distribuidora Borbón.

4.5.6 Artículos de consumo diario

A su vez, se necesitan tener productos de consumo diario para el personal y los clientes que visiten las Oficinas. (Ver tabla 26).

Tabla 26. Artículos de consumo diario

Constru Eventos Vanessa					
Consumibles	Proveedor	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Precio Total
Azúcar en sobres	Distribuidora Borbón	1	Paquete	€800.00	€800.00
Bidones de Agua	Auto Mercado	2	Unidad	€3,200.00	€6,400.00
Café	Auto Mercado	2	kilo	€1,800.00	€3,600.00
Crema en sobres	Distribuidora Borbón	1	Paquete	€800.00	€800.00
Juego de 6 vasos	Siman	2	Unidad	€5,900.00	€11,800.00
Juego de tazas con pichel	Siman	1	Unidad	€16,600.00	€16,600.00
Juegos de cubiertos	Siman	2	Unidad	€12,900.00	€25,800.00
Removedores	Distribuidora Borbón	1	Caja	€800.00	€800.00
Servilletas rollos de 2 unidades	Auto Mercado	1	Unidad	€3,850.00	€3,850.00
Té Negro	Auto Mercado	1	Paquete	€2,050.00	€2,050.00
Vajilla	Siman	1	Unidad	€21,500.00	€21,500.00
Vaso desechable 7 onzas 100 unidades	Distribuidora Borbón	1	Paquete	€1,200.00	€1,200.00
Vaso desechables para café 8 onzas 100 unidades	Distribuidora Borbón	1	Paquete	€4,000.00	€4,000.00
TOTAL					€99,200.00

Fuente: Datos obtenidos del supermercado Auto Mercado, Almacenes Siman y Distribuidora Borbón.

4.6 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Dado por Ministerio de Hacienda de Costa Rica, la depreciación de activos fijos establece. (Ver tabla 27).

Tabla 27. Depreciación de activos

Activos Fijos	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Archivos Legal	¢135,990.00	¢13,599.00	¢13,599.00	¢13,599.00	¢13,599.00	¢13,599.00
Caja Fuerte	¢214,990.00	¢21,499.00	¢21,499.00	¢21,499.00	¢21,499.00	¢21,499.00
Cámara fotográfica	¢289,990.00	¢28,999.00	¢28,999.00	¢28,999.00	¢28,999.00	¢28,999.00
Coffe Maker	¢53,465.00	¢5,346.50	¢5,346.50	¢5,346.50	¢5,346.50	¢5,346.50
Computadora escritorio	¢399,990.00	¢26,666.00	¢26,666.00	¢26,666.00	¢26,666.00	¢26,666.00
Computadora portátil	¢419,990.00	¢27,999.33	¢27,999.33	¢27,999.33	¢27,999.33	¢27,999.33
Disco Duro Externo	¢59,900.00	¢5,990.00	¢5,990.00	¢5,990.00	¢5,990.00	¢5,990.00
Escritorio Tipo L	¢219,980.00	¢21,998.00	¢21,998.00	¢21,998.00	¢21,998.00	¢21,998.00
Impresora multifuncional	¢206,990.00	¢20,699.00	¢20,699.00	¢20,699.00	¢20,699.00	¢20,699.00
Lámpara Detectora billetes falsos	¢16,200.00	¢1,620.00	¢1,620.00	¢1,620.00	¢1,620.00	¢1,620.00
Mesa rectangular con 6 sillas	¢185,000.00	¢18,500.00	¢18,500.00	¢18,500.00	¢18,500.00	¢18,500.00
Microondas	¢48,230.00	¢4,823.00	¢4,823.00	¢4,823.00	¢4,823.00	¢4,823.00
Minicomponente tipo torre	¢359,990.00	¢35,999.00	¢35,999.00	¢35,999.00	¢35,999.00	¢35,999.00
Monitor Samsung	¢83,990.00	¢8,399.00	¢8,399.00	¢8,399.00	¢8,399.00	¢8,399.00
Pizarra Blanca	¢21,390.00	¢2,139.00	¢2,139.00	¢2,139.00	¢2,139.00	¢2,139.00
Refrigeradora	¢259,990.00	¢25,999.00	¢25,999.00	¢25,999.00	¢25,999.00	¢25,999.00
Router inalámbrico	¢99,900.00	¢9,990.00	¢9,990.00	¢9,990.00	¢9,990.00	¢9,990.00
Sillas de espera	¢161,940.00	¢16,194.00	¢16,194.00	¢16,194.00	¢16,194.00	¢16,194.00
Sillas Ejecutiva	¢126,180.00	¢12,618.00	¢12,618.00	¢12,618.00	¢12,618.00	¢12,618.00
Sillon de espera	¢180,000.00	¢18,000.00	¢18,000.00	¢18,000.00	¢18,000.00	¢18,000.00
Teléfono digital	¢32,990.00	¢3,299.00	¢3,299.00	¢3,299.00	¢3,299.00	¢3,299.00
Televisor 50 pulgadas	¢275,405.00	¢27,540.50	¢27,540.50	¢27,540.50	¢27,540.50	¢27,540.50
Ups Forza	¢103,980.00	¢10,398.00	¢10,398.00	¢10,398.00	¢10,398.00	¢10,398.00
Video grabadora full hd	¢299,990.00	¢29,999.00	¢29,999.00	¢29,999.00	¢29,999.00	¢29,999.00
Total de la depreciación	¢4,256,460.00	¢398,313.33	¢398,313.33	¢398,313.33	¢398,313.33	¢398,313.33

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.7 GASTOS POR SERVICIOS PÚBLICOS

Los gastos por servicios públicos son el agua, la luz, el teléfono y la Internet, estos son los gastos básicos para el funcionamiento de un negocio.

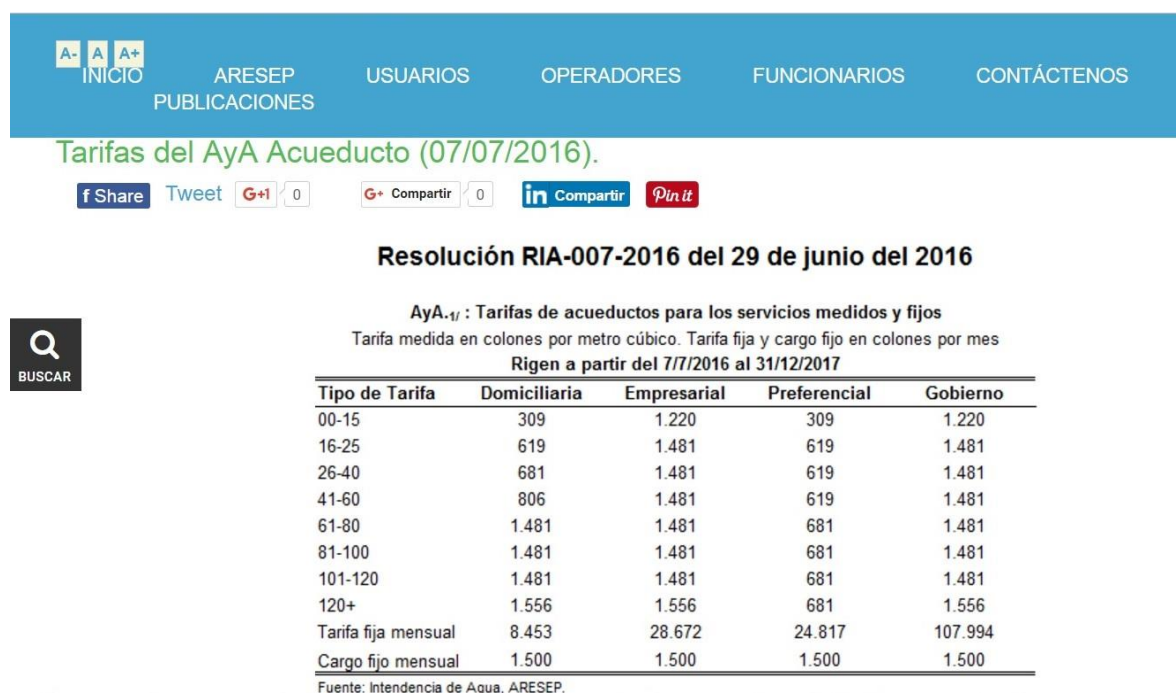
4.7.1 Costo mensual del servicio de agua

Dado por la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP) el costo mensual de agua está compuesto por un costo fijo y otro variable.

Tarifa Fija Mensual: ₡8.453,00 + Cargo Fijo Mensual: ₡1.500,00 =

Costo mensual: 9.953,00

Figura 4. Cuota mensual del agua



Tarifas del AyA Acueducto (07/07/2016).

Resolución RIA-007-2016 del 29 de junio del 2016

AyA.17 : Tarifas de acueductos para los servicios medidos y fijos
 Tarifa medida en colones por metro cúbico. Tarifa fija y cargo fijo en colones por mes
 Rigen a partir del 7/7/2016 al 31/12/2017

Tipo de Tarifa	Domiciliaria	Empresarial	Preferencial	Gobierno
00-15	309	1.220	309	1.220
16-25	619	1.481	619	1.481
26-40	681	1.481	619	1.481
41-60	806	1.481	619	1.481
61-80	1.481	1.481	681	1.481
81-100	1.481	1.481	681	1.481
101-120	1.481	1.481	681	1.481
120+	1.556	1.556	681	1.556
Tarifa fija mensual	8.453	28.672	24.817	107.994
Cargo fijo mensual	1.500	1.500	1.500	1.500

Fuente: Intendencia de Agua. ARESEP.

Fuente: ARESEP (s.f.). Recuperado en enero 2017. https://aresep.go.cr/agua-potable/index.php?option=com_content&view=article&id=1866&catid=58&Itemid=639

4.7.2 Costo mensual del servicio de electricidad

El costo mensual de electricidad otorgado por la ARESEP indica que hay una tarifa mínima de ¢2.858,00 por 40 kwh y que el costo de kwh adicional es de ¢128.79. Por lo tanto, es un costo semivariable. Por consiguiente, se puede determinar que el consumo de electricidad aproximado por mes es de ¢30.000,00 lo que equivale a 210,30 kwh.

Figura 5. Cuota mensual servicio de electricidad

Consultas de Tarifas Eléctricas Vigentes por Empresa

Seleccione la(s) Empresas:










Seleccione la(s) tarifa deseada(s):

Tipo Tarifa	Descripción Tarifa	Bloque	Promedio de Tarifa
T-RE	Residencial	a. Bloque 0-40 kWh	2858,00
		b. Bloque 41-200 kWh	71,45
		c. Bloque mayor a 200 kWh	128,79

Seleccione el servicio público:

Distribución

Quando existen diferencias en la estructura tarifaria, las comparaciones de precios no se pueden realizar; para ello se deben usar los precios medios.

Fuente: ARESEP (s.f.). Recuperado en enero 2017.
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiODQ2OWM1MzctMTU4YS00YmYwLWExYTUtZWlxNWJhZjU3ZDRmliwidCI6IjBkNzIzOGY4LWI3ODQtNDk2MC1iZGUyLTZIMzM1MWQyNDcwZCI6ImMiOjR9>

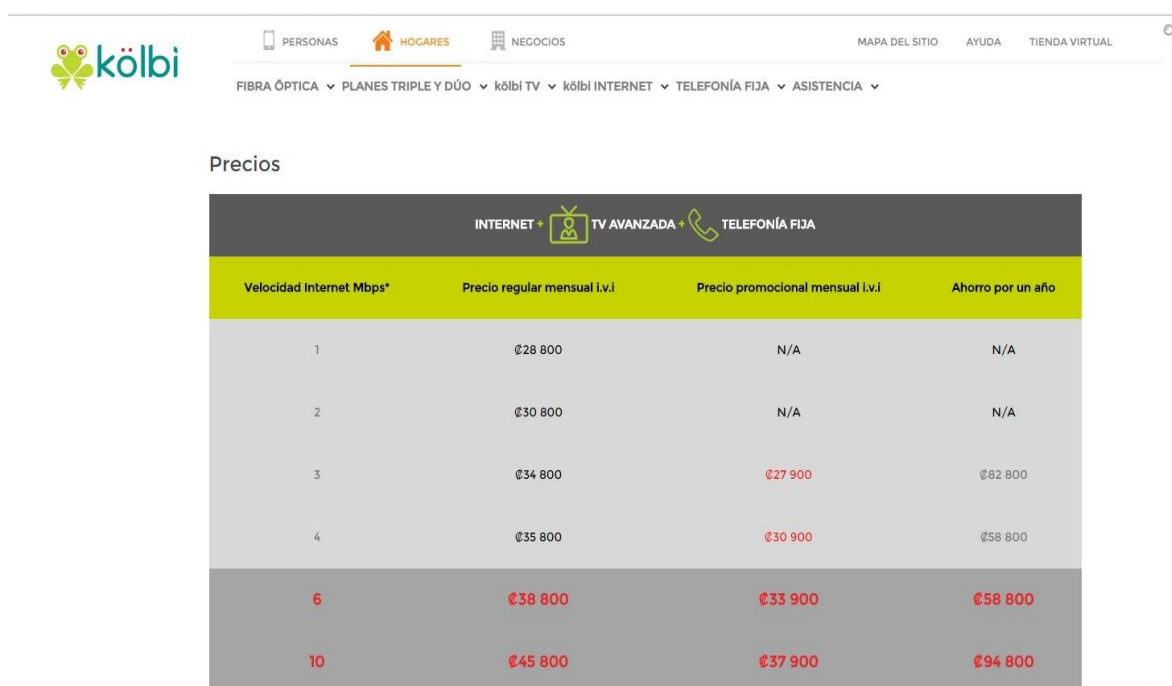
4.7.3 Costo Internet, telefonía y cable digital

Se contrata Triple Pack de Internet de 4 Mbps, cable con 125 canales digitales, 58 canales de audio y 600 minutos de llamada, cuota fija mensual de ¢35.800,00 I.V.I.

Información adicional:

- El excedente por minuto a teléfono fijo es de ¢8.59 I.V.I
- El excedente por minuto a teléfono móvil es de ¢24,75 I.V.I.

Figura 6. Tarifa básica mensual, Internet, telefonía y cable digital



The screenshot shows the Kolbi website interface. At the top, there are navigation links for PERSONAS, HOGARES, and NEGOCIOS. Below that, there are links for FIBRA ÓPTICA, PLANES TRIPLE Y DÚO, kólbi TV, kólbi INTERNET, TELEFONÍA FIJA, and ASISTENCIA. The main content area is titled 'Precios' and features a table for the 'INTERNET + TV AVANZADA + TELEFONÍA FIJA' service. The table has four columns: 'Velocidad Internet Mbps*', 'Precio regular mensual I.v.i', 'Precio promocional mensual I.v.i', and 'Ahorro por un año'. The rows represent different internet speeds from 1 Mbps to 10 Mbps. The 6 Mbps and 10 Mbps plans are highlighted in red, indicating they are the current offers.

Velocidad Internet Mbps*	Precio regular mensual I.v.i	Precio promocional mensual I.v.i	Ahorro por un año
1	¢28 800	N/A	N/A
2	¢30 800	N/A	N/A
3	¢34 800	¢27 900	¢82 800
4	¢35 800	¢30 900	¢58 800
6	¢38 800	¢33 900	¢58 800
10	¢45 800	¢37 900	¢94 800

Fuente: I.C.E. (s.f.) Recuperado en enero 2017: https://kolbi.cr/wps/portal/kolbi_dev/hogares/planes-triple-y-duo/plan-triple/internet-telefonía-tv-avanzada!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zizQMtHA093A183P3NLQ0cLb2MQwN8TI3cQ830w1EVWIR6mQIVODsbOBuHGnr6mIHEaPfAAadwNCBOPx4FUfiND9ePwmuFmTkBBZ5GBBQYGaMrwBJIhJxZkBsGmGQ6ZnpqKglAEKQRN8!/dz/d5/L2dBISevZ0FBIS9nQSEh/

4.8 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En este estudio se define la estructura organizacional de la empresa, por lo tanto, se determina las funciones de cada departamento, además de analizar aspectos laborales y financieros.

4.8.1 Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa se va a dividir en tres partes:

➤ La primera contará con 1 Gerente General cuyas funciones serán planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo, la contratación y búsqueda de organización de eventos y de administrar la parte fotográfica, éste a su vez, contará con 1 oficinista que tendrá a su cargo de abrir y cerrar el local, contestar llamadas, organizar la agenda, realizar los pagos correspondientes de los proveedores como de la atención del público.

➤ La segunda consta de 1 Coordinador de Eventos que tiene a cargo la labor de interpretar las necesidades del cliente y poder materializarlas para garantizar que las reuniones, conferencias, capacitaciones y celebraciones se ejecuten de la forma más eficiente y fluida posible, que, a su vez, tendrá

dependiendo de los eventos o cantidad de los mismos maestros de ceremonia y asistentes para tales fines.

- La tercera parte contará con Asesoría Legal y de 1 contador.

Horario del personal: martes a sábado: 9:00 a.m. a 6:00 p.m.

Figura 7. Estructura organizacional de la PYME organizadora de eventos.



Fuente: Elaboración propia por el investigador, enero 2017.

4.8.2 Estructura salarial

En Costa Rica, la estructura salarial se rige a partir de lo establecido en el Código de Trabajo. Por lo que se observa los aspectos como la jornada laboral, vacaciones, preaviso, cesantía y aguinaldo.

4.8.3 Jornada de trabajo

Artículo 135. Jornada diurna y nocturna: El periodo comprendido entre las cinco y las diecinueve horas es jornada diurna y entre las diecinueve y las cinco horas es trabajo nocturno. (p.90)

Artículo 136. La jornada ordinaria de trabajo no podrá exceder a 8 horas diarias, 6 horas nocturnas y 48 horas por semana. (p.90)

Artículo 139. Jornada extraordinaria: Es el tiempo efectivo que se ejecute fuera de los límites antes mencionados. (p.91)

4.8.4 Vacaciones

Artículo 152. Indica que todo trabajador tiene derecho a disfrutar un día de descanso absoluto después de cada semana o de cada seis días de trabajo continuo. (p.100)

4.8.5 Preaviso y cesantía

Artículo 30.- El preaviso y el auxilio de cesantía se regirán por las siguientes reglas comunes:

a) El importe de los mismos no podrá ser objeto de compensación, venta o cesión, ni podrá ser embargado, salvo en la mitad por concepto de pensiones alimenticias;

b) La indemnización que corresponda se calculará tomando como base el promedio de salarios devengados por el trabajador durante los últimos seis meses que tenga de vigencia el contrato, o fracción de tiempo menor si no hubiere ajustado dicho término;

c) La continuidad del trabajo no se interrumpe por enfermedad, vacaciones, huelga legal y otras causas análogas que, según este Código, no rompen el contrato de trabajo; y

d) Será absolutamente nula la cláusula del contrato que tienda a interrumpir la continuidad de los servicios prestados o por prestarse. (p.26)

4.8.6 Aguinaldo

Decreto por la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica indican:

Artículo 1. Todo trabajador tiene derecho a un sueldo adicional en el mes de diciembre de cada año, excepto los que han servido menos a un año, en

cuyo caso les corresponderá una suma proporcional al tiempo que hayan trabajado. (p.367)

Artículo 2. Para calcular el sueldo adicional, será del periodo comprendido entre 1 de noviembre del año anterior y el 31 de octubre del año respectivo. (p.368)

4.8.7 Cargas sociales

Además de cumplir con lo que indica el Código de Trabajo, también, se debe de cumplir con los requisitos que solicita la Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S) para poner un negocio en marcha ya sea como patrono y como empleado.

4.9 ESTUDIO LEGAL

En el estudio legal se necesita identificar cuáles son los requisitos que requiere una empresa para poder operar legalmente dentro de la legislación costarricense, por lo cual son los siguientes requisitos:

4.9.1 Inscripción de la empresa como contribuyente tributario

➤ La empresa debe de inscribirse como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda. Por lo tanto, debe de presentar los siguientes requisitos:

➤ Inscripción de la empresa

➤ Declaración D-140. “Declaración Inscripción, modificación de datos y descripción, registro único de contribuyentes”, ante el Ministerio de Hacienda.

(Ver Anexo 4).

➤ Cédula jurídica, original y fotocopia simple.

➤ Certificación de personería jurídica, emitida por el Registro Público o por un notario público, máximo con tres meses de emitida

➤ Original y fotocopia de la cedula de identidad del representante legal de la empresa.

➤ Legalización de los libros contables

➤ Presentar y llevar el debido control de los tres libros de Contabilidad (Diario Mayor, Inventarios y Balances).

➤ Presentar y llevar el debido control de los tres libros de Contabilidad Tres Libros Corporativos (registro de accionistas, actas de asamblea de accionistas y actas de reuniones).

4.9.2 Inscripción de la empresa ante el Instituto Nacional de Seguros (INS)

Para que una empresa comience sus operaciones, necesita asegurar a sus empleados por cualquier accidente que se le presente en horas laborales, ya que las personas no están exentas de que sucedan acontecimientos no deseables. Por lo tanto, el INS brinda una Póliza de Riesgo. (Ver Anexo 5).

4.9.3 Inscripción de la empresa ante la C.C.S.S.

Las empresas tienen la obligación por ley de cotizar cuotas de sus empleados para su futura pensión a la C.C.S.S., ya sea como patrono o como empleado.

El patrono a partir de ocho días hábiles posteriores al inicio de operaciones, debe de presentar la siguiente información:

- 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.
- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal. En caso de personas extranjeras, aportar el original y fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro).

➤ 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, es deseable presentar fotocopia del carné de asegurado de cada trabajador.

➤ Fotocopia del recibo de electricidad, a efecto de registrar el número de localización como dirección de correspondencia.

➤ Llenar el Formato de Solicitud de Inscripción o Reanudación patronal (patrono Jurídico), éste debe ser firmado por el patrono o representante patronal. (Ver Anexo 6).

➤ 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.

4.9.4 Inscripción de la empresa ante el Ministerio de Salud

Toda empresa que desea implementar una empresa debe de tener los permisos sanitarios correspondientes. Los requisitos para inscribirse son:

➤ Llenar la solicitud de permiso sanitario de funcionamiento (Ver Anexo 7).

➤ Llenar la declaración jurada para trámite de solicitud de permisos sanitarios de funcionamiento por primera vez o renovaciones. (Ver Anexo 8).

4.9.5 Patente comercial

La patente comercial se solicita en la Municipalidad de Moravia llenando un formulario (Ver Anexo 9), el funcionario de la municipalidad indicó que no tienen un monto establecido por cada actividad del negocio, por lo tanto, los aspectos que toman en cuenta para calcular el monto de la patente comercial son el número de empleados, la inversión inicial aproximada, el tipo de comercio, la zona donde se encuentra ubicado el negocio, y la tasación.

4.10 ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio financiero, se va a analizar si el proyecto es viable financieramente calculando los diferentes indicadores financieros.

4.10.1 Inversión inicial

La inversión inicial la conforman los recursos básicos que necesita una empresa para iniciar operaciones.

Por lo tanto, cuando se habla de activos corrientes, se comprende en este caso: el mobiliario, equipo de oficina; en relación con los activos no

corrientes, hace referencia a los costos generales para registrar la empresa ante el Registro Nacional, además de los suministros de oficina, suministros de limpieza, póliza de riesgos de trabajo y patente comercial.

En el aprovisionamiento administrativo incluye los costos de agua, electricidad, teléfono e Internet, salarios, cargas sociales. (Ver figura 8)

Figura 8. Inversión inicial

Inversion Inicial		
Activos no corrientes		
	Mobiliario y equipo de oficina	4,256,460.00
	Total Activos corrientes	4,256,460.00
Activos corrientes		
	Constitución de la Sociedad Anónima	250,000.00
	Patente comercial	280,000.00
	Póliza de Riesgos de trabajo	92,672.00
	Suministros de oficina	614,744.00
	Suministros de limpieza	50,800.00
	Registro de Nombre y marca comercial	56,181.00
	Total Activos corrientes	1,344,397.00
Capital de trabajo		
	Aprovisionamiento administrativo	7,276,338.00
	Total capital de trabajo	7,276,338.00
Inversion Inicial Total		12,877,195.00

Fuente: Elaboración del investigador, enero 2017.

4.10.2 Ingresos

Constru Eventos Vanessa S.A., en el ejercicio de su actividad, facilita diferentes servicios y bienes, a cambio de los servicios brindados, se percibe dinero de acuerdo con lo contratado o estipulado con anterioridad, las cuales se harán efectivas en las fechas previamente estipuladas.

Figura 9. Ingresos proyectados a un periodo de 5 años.

Ingresos Proyectados por año					
Ingresos proyectados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Eventos por mes	6	8	10	13	17
Total de ingresos anuales	49.803.600,00	54.783.960,00	60.262.356,00	66.288.591,60	72.917.450,76

Fuente: Elaboración del investigador, enero 2017.

4.10.3 Costos fijos de operación

Los costos fijos de operación son en los cuales la empresa tiene que incurrir esté o no produciendo, se detalla cada uno de los costos.

Figura 10. Costos fijos de operación proyectados a 5 años

Costos fijos de operación					
Costos fijos de operación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	119,436.00	124,213.44	129,181.98	134,349.26	139,723.23
Electricidad	360,000.00	374,400.00	389,376.00	404,951.04	421,149.08
Teléfono, cable e internet	429,600.00	446,784.00	464,655.36	483,241.57	502,571.24
Salarios	10,800,000.00	11,232,000.00	11,681,280.00	12,148,531.20	12,634,472.45
Cargas Sociales	2,843,640.00	2,957,385.60	3,075,681.02	3,198,708.26	3,326,656.60
Provisiones	2,493,215.42	2,592,944.04	2,696,661.80	2,804,528.27	2,916,709.41
Alquiler del local	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Patente comercial	280,000.00	291,200.00	302,848.00	314,961.92	327,560.40
Poliza de Riesgo de Trabajo	92,672.00	96,378.88	100,234.04	104,243.40	108,413.13
Credito bancario	1,882,447.20	1,882,447.20	1,882,447.20	1,882,447.20	1,882,447.20
Total de costos fijos	19,301,010.62	19,997,753.16	20,722,365.40	21,475,962.13	22,259,702.72

Fuente: Elaboración del investigador, enero 2017.

4.10.4 Costos variables

Los costos variables que va a tener la empresa durante un periodo de 5 años son los suministros de oficina y de limpieza.

Figura 11. Costos variables de operación proyectados a 5 años

Costos variables de operación					
Costos variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	7.376.928,00	7.672.005,12	7.978.885,32	8.298.040,74	8.629.962,37
Suministros de limpieza	609.600,00	633.984,00	659.343,36	685.717,09	713.145,78
Total de Costos variables	7.986.528,00	8.305.989,12	8.638.228,68	8.983.757,83	9.343.108,15

Fuente: Elaboración del investigador, enero 2017.

4.10.5 Salarios proyectados

Se proyecta el cálculo de los salarios con las deducciones establecidas por ley que son las cargas sociales y las provisiones.

Figura 12. Incrementos salariales proyectados

Incrementos salariales proyectados						
	Mensuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Puesto laboral						
Administrador	400.000,00	4.800.000,00	4.992.000,00	5.191.680,00	5.399.347,20	5.615.321,09
Oficinista	250.000,00	3.000.000,00	3.120.000,00	3.244.800,00	3.374.592,00	3.509.575,68
Coordinador de Eventos	250.000,00	3.000.000,00	3.120.000,00	3.244.800,00	3.374.592,00	3.509.575,68
Salario bruto	900.000,00	10.800.000,00	11.232.000,00	11.681.280,00	12.148.531,20	12.634.472,45
Total de salarios	900.000,00	10.800.000,00	11.232.000,00	11.681.280,00	12.148.531,20	12.634.472,45
Cargas sociales 26,83%	236.970,00	2.843.640,00	2.957.385,60	3.075.681,02	3.198.708,26	3.326.656,60
Provisiones 26,15%	207.767,95	2.493.215,42	2.592.944,04	2.696.661,80	2.804.528,27	2.916.709,41

Fuente: Elaboración del investigador, enero 2017.

4.10.6 Gastos proyectados

Los gastos proyectados son los gastos operativos, administrativos y financieros a un periodo de 5 años.

Figura 13. Gastos proyectados a un periodo de 5 años

Gastos proyectados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos operativos					
Agua	119.436,00	124.213,44	129.181,98	134.349,26	139.723,23
Electricidad	360.000,00	374.400,00	389.376,00	404.951,04	421.149,08
Teléfono e internet	429.600,00	446.784,00	464.655,36	483.241,57	502.571,24
Suministros de oficina	7.376.928,00	7.672.005,12	7.978.885,32	8.298.040,74	8.629.962,37
Suministros de limpieza	609.600,00	633.984,00	659.343,36	685.717,09	713.145,78
Alquiler del local comercial	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de gastos operativos	8.895.564,00	9.251.386,56	9.621.442,02	10.006.299,70	10.406.551,69
Gastos administrativos					
Salarios	10.800.000,00	11.232.000,00	11.681.280,00	12.148.531,20	12.634.472,45
Cargas Sociales	2.843.640,00	2.957.385,60	3.075.681,02	3.198.708,26	3.326.656,60
Provisiones	2.493.215,42	2.592.944,04	2.696.661,80	2.804.528,27	2.916.709,41
Póliza de riesgos del trabajo	92.672,00	96.378,88	100.234,04	104.243,40	108.413,13
Patente comercial	280.000,00	291.200,00	302.848,00	314.961,92	327.560,40
Total de gastos administrativos	16.509.527,42	17.169.908,52	17.856.704,86	18.570.973,06	19.313.811,98
Gastos financieros					
Crédito Banco Nacional de Costa Rica	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20
Total de gastos financieros	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20
Total de gastos	27.287.538,62	28.303.742,28	29.360.594,08	30.459.719,96	31.602.810,87

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.7 Financiamiento

La empresa se va a financiar mediante un crédito bancario con el Banco Nacional de Costa Rica (B.N.C.R.), por el monto de ¢12.877.195,00 a un periodo de 5 años y a una tasa de interés de un 4,50% anual y una cuota mensual de ¢159.976,41.

Figura 14. Cálculo de la cuota del crédito, B.N.C.R.

> Calcule su préstamo aquí > Calculadora de Crédito

PYMES

Calculadora
Monto

Moneda

Plazo en meses:

Tasa de interés: %

Cuota Mensual:
¢ 159,976.41

4.10.8 Amortización

La amortización del crédito bancario se realiza durante el período de 5 años, como se muestra en la siguiente tabla. (Ver Figura 15)

Figura 15. Tabla de amortización a un periodo de 5 años

Tabla de amortización					
Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo principal	12.877.195,00	10.125.833,71	8.070.407,22	5.500.156,49	2.811.828,90
Cuota anual	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20
Interes	531.409,79	423.477,49	310.586,80	192.509,93	69.008,63
Amortización	2.349.427,74	2.457.360,04	2.570.250,73	2.688.327,60	2.811.828,90
Saldo final	10.125.833,71	8.070.407,22	5.500.156,49	2.811.828,90	0

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.9 Flujo de efectivo

A continuación, se presentan los tres escenarios del flujo de efectivo proyectados a un periodo de 5 años, para determinar la viabilidad financiera de Constru Eventos Vanessa S.A., ubicado en la zona de Moravia.

4.10.10 Tabla de supuestos para el escenario normal

Por lo tanto, se muestra la figura 15 los supuestos para el flujo de efectivo escenario normal.

Figura 16. Tabla de supuestos escenario normal

Tabla de supuestos Escenario Normal	
1	Los ingresos aumentarán un 10% anual
2	Los gastos de servicios públicos agua, electricidad y teléfonos aumentan según la inflación.
3	Salarios aumentan según la inflación.
4	Cargas sociales aumentan en proporción al aumento salarial a un 2,08%
5	La póliza de riesgos del trabajo es de un aumento en forma proporcional a los salarios reportados por
6	Para los suministros de limpieza y oficina los aumentos son calculados sobre la inflación.
7	Se distribuye la amortización en el periodo de 5 años.
8	La patente comercial se aumenta con la inflación.
9	Para el cálculo de la tasa de rescuento se utilizó para la inflación la tasa de la variación acumulada a diciembre 2016, tasa básica pasiva a diciembre 2016 para el año 2017, los siguientes años se pronosticaron.
10	Depreciación método de línea recta.

Fuente: Elaboración propia del investigador, 2017.

4.10.11 Impuesto sobre la Renta

La empresa tiene que contribuir con el Impuesto sobre la Renta establecida por ley, por lo tanto, en la tabla 28, se muestran los porcentajes asignados por el Ministerio de Hacienda.

Tabla 28. Impuesto sobre la Renta

Impuesto sobre la Renta					
	Período 2014	Período 2015	Período 2016	Período 2017	Tarifa
Ingresos Brutos Hasta	¢49.969.000	¢52.710.000	¢52.320.000	¢52.634.000	10,00%
Ingresos Brutos Hasta	¢100.513.000	¢106.026.000	¢105.241.000	¢105.872.000	20,00%
Ingresos Brutos Hasta	¢100.513.000	¢106.026.000	¢105.241.000	¢105.872.000	30,00%

Fuente: Ministerio de hacienda, (2017) Recuperado en enero, 2017.
<http://www.hacienda.go.cr/contenido/12994-impuesto-sobre-la-renta-regimen-tradicional>

4.10.12 Tasa de redescuento

La tasa de descuento aplicable para calcular el VAN, se determinó de la siguiente manera:

Figura 17. Cálculo de la tasa de redescuento para el escenario normal

Redescuento con T.B.P Año 0		Redescuento con T.B.P Año 3	
Inflación	0,77%	Inflación	2,14%
TBP	4,50%	TBP	4,23%
Crecimiento	10%	Crecimiento	10%
Tasa Descuento	15,27%	Tasa Descuento	16,37%
Redescuento con T.B.P Año 1		Redescuento con T.B.P Año 4	
Inflación	1,54%	Inflación	1,13%
TBP	4,77%	TBP	5,29%
Crecimiento	10%	Crecimiento	10%
Tasa Descuento	16,31%	Tasa Descuento	16,42%
Redescuento con T.B.P Año 2		Redescuento con T.B.P Año 5	
Inflación	0,54%	Inflación	1,06%
TBP	4,07%	TBP	5,83%
Crecimiento	10%	Crecimiento	10%
Tasa Descuento	14,61%	Tasa Descuento	16,89%

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.13 Reversión o crecimiento

El crecimiento de la empresa se estableció de acuerdo con la expectativa de un crecimiento del 10,00%, por posibles reinversiones a futuro, como reemplazar el mobiliario, etc.

4.10.14 Flujo de efectivo escenario normal

En la figura 18, se muestra el flujo de efectivo, del escenario normal.

Figura 18. Flujo de efectivo escenario normal

Flujo de efectivo proyectado a 5 años						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	12,877,195.00					
Ingresos						
Ingresos		49,803,600.00	54,783,960.00	60,262,356.00	66,288,591.60	72,917,450.76
Amortización de Deuda		2,349,427.74	2,457,360.04	2,570,250.73	2,688,327.60	2,811,828.90
Ahorro impositivo derivado de la amortización		234,942.77	245,736.00	257,025.07	268,832.76	562,365.78
Ingresos totales		50,038,542.77	55,029,696.00	60,519,381.07	66,557,424.36	73,479,816.54
Utilidad bruta		50,038,542.77	55,029,696.00	60,519,381.07	66,557,424.36	73,479,816.54
Costos fijos						
Agua		119,436.00	124,213.44	129,181.98	134,349.26	139,723.23
Electricidad		360,000.00	374,400.00	389,376.00	404,951.04	421,149.08
Teléfono e internet		429,600.00	446,784.00	464,655.36	483,241.57	502,571.24
Salarios		10,800,000.00	11,232,000.00	11,681,280.00	12,148,531.20	12,634,472.45
Cargas Sociales		2,843,640.00	2,957,385.60	3,075,681.02	3,198,708.26	3,326,656.60
Póliza de riesgos del trabajo		92,672.00	96,378.88	100,234.04	104,243.40	108,413.13
Alquiler del local		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Patente comercial		280,000.00	291,200.00	302,848.00	314,961.92	327,560.40
Provisiones		2,493,215.42	2,592,944.04	2,696,661.80	2,804,528.27	2,916,709.41
Cuota Credito Banco Nacional de Costa Rica		1,882,447.20	1,882,447.20	1,882,447.20	1,882,447.20	1,882,447.20
Total de costos fijos		19,301,010.62	19,997,753.16	20,722,365.40	21,475,962.13	22,259,702.72
Costos variables						
Suministros de oficina		7,376,928.00	7,672,005.12	7,978,885.32	8,298,040.74	8,629,962.37
Suministros de limpieza		609,600.00	633,984.00	659,343.36	685,717.09	713,145.78
Total de costos variables		7,986,528.00	8,305,989.12	8,638,228.68	8,983,757.83	9,343,108.15
Total de costos		27,287,538.62	28,303,742.28	29,360,594.08	30,459,719.96	31,602,810.87
(-) Depreciación		398,313.33	398,313.33	398,313.33	398,313.33	398,313.33
(=) UAI Utilidad antes de impuestos e intereses		22,352,690.82	26,327,640.39	30,760,473.66	35,699,391.07	41,478,692.34
(-) Gasto por impuestos		2,235,269.08	2,632,764.04	3,076,047.37	3,569,939.11	8,295,738.47
(-)Intereses		531,409.79	423,477.49	310,586.80	192,509.93	69,008.63
(=) Utilidad neta		19,586,011.94	23,694,876.35	27,684,426.29	32,129,451.96	33,182,953.87
(+) Depreciación		398,313.33	398,313.33	398,313.33	398,313.33	398,313.33
(=) Flujo neto de efectivo	-12,877,195.00	19,984,325.28	24,093,189.68	28,082,739.62	32,527,765.29	33,581,267.20

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017

4.10.15 Cálculo del VAN

En la figura 19, se muestra el cálculo del VAN, y por consiguiente, del TIR y del periodo de recuperación.

Figura 19. Cálculo del VAN, TIR y período de recuperación

CALCULO DEL VAN-TIR-PERÍODO DE RECUPERACION						
	<u>Año 0</u>	<u>Año1</u>	<u>Año2</u>	<u>Año3</u>	<u>Año4</u>	<u>Año5</u>
Tasa de Redescuento	15.27%	16.31%	14.61%	16.37%	16.42%	16.89%
Factor de descuento a esa tasa	1.00	0.86	0.76	0.63	0.54	0.46
VAN de la inversión	73,563,168.88					
TIR	171%					
Periodo de recuperacion	1 año					

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

Se concluye que basado en los ingresos y gastos proyectados, así como en el análisis de una inversión inicial de ¢12.877.195,00 una tasa impositiva del 10,00% y una tasa de redescuento del para el año 0 de 15,27%, año 1 de 16,31%, año 2 de 14,61%, año 3 de 16,37%, año 4 de 16,42% y año 5 de 16,89% se concluye que el proyecto es viable, por lo tanto, se aprueba, ya que el VAN es positivo

4.10.16 Punto de equilibrio para el escenario normal

Se calcula el punto de equilibrio para el escenario normal, lo cual en la figura 20 se muestran los resultados. Por lo tanto, para llegar al punto de equilibrio hay que tener como mínimo 3 eventos mensuales.

Figura 20. Punto de equilibrio normal

Punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio en colones	22,966,662.86	23,552,717.68	24,172,645.95	24,827,057.42	25,502,382.54
Precio promedio de evento	691,716.67	719,385.34	791,323.87	870,456.26	957,501.88
Cantidad de eventos al año	33	33	31	29	27
Cantidad de eventos mensual	3	3	3	2	2

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.17 Análisis DuPont

Este análisis muestra las fortalezas y las debilidades de la empresa, en la figura 21 se muestra el cálculo del Análisis DuPont.

Figura 21. Análisis DuPont

Análisis Dupont									
Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:		Suponiendo la siguiente información financiera:	
Activo Fijo	4,256,460.00	Activo Fijo	3,830,814.00	Activo Fijo	3,447,732.60	Activo Fijo	3,102,959.34	Activo Fijo	3,102,959.34
Pasivos	10,527,767.26	Pasivos	8,070,407.22	Pasivos	5,500,156.49	Pasivos	2,811,828.90	Pasivos	-
Patrimonio	195,860.12	Patrimonio	432,808.88	Patrimonio	709,653.15	Patrimonio	1,030,947.67	Patrimonio	1,362,777.20
Ventas	49,803,600.00	Ventas	54,783,960.00	Ventas	60,262,356.00	Ventas	66,288,591.60	Ventas	72,917,450.76
Utilidad Neta	19,586,011.94	Utilidad Neta	23,694,876.35	Utilidad Neta	27,684,426.29	Utilidad Neta	32,129,451.96	Utilidad Neta	33,182,953.87
Segundo:Aplicando la fórmula		Segundo:Aplicando la fórmula		Segundo:Aplicando la fórmula		Segundo:Aplicando la fórmula		Segundo:Aplicando la fórmula	
1.Margen de utilidad de ventas en %=(Utilidad neta/Ventas).	39.33%	1.Margen de utilidad de ventas en %=(Utilidad neta/Ventas).	43.25%	1.Margen de utilidad de ventas en %=(Utilidad neta/Ventas).	45.94%	1.Margen de utilidad de ventas en %=(Utilidad neta/Ventas).	48.47%	1.Margen de utilidad de ventas en %=(Utilidad neta/Ventas).	45.51%
2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	11.70	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	14.30	2.(Ventas/Activo fijo total) en veces	17.48	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	21.36	2. (Ventas/Activo fijo total) en veces	23.50
3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	21.73	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	8.85	3.(Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	4.86	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	3.01	3. (Multiplicador del capital = Apalancamiento financiero = Activos/Patrimonio) en veces	2.28
Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont		Tercero: Cálculo Índice Du pont	
Donde DUPOND es igual a : A*B*C* 10000%		Donde DUPOND es igual a : A*B*C* 5475%		Donde DUPOND es igual a : A*B*C* 3901%		Donde DUPOND es igual a : A*B*C* 3116%		Donde DUPOND es igual a : A*B*C* 2435%	
Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta		Cuarto : Respuesta	
Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 10.000% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.		Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 5.475% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.		Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 3.901% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.		Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 3.116% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.		Según la información financiera proyectada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 2.435% de donde se puede concluir que el rendimiento más significativo fue debido al margen de utilidad en las ventas.	

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.18 Margen de contribución

El margen de contribución, permite determinar si es rentable o no continuar con prestación del servicio, ya que refleja la utilidad que se obtendrá al deducir los costes variables del volumen de ventas.

Figura 22. Margen de contribución

Margen de contribución					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen de utilidad Neta					
Ingresos Anuales	49,803,600.00	54,783,960.00	60,262,356.00	66,288,591.60	72,917,450.76
Utilidad después de impuestos	19,586,011.94	23,694,876.35	27,684,426.29	32,129,451.96	33,182,953.87
Margen de Utilidad Neta	39.33%	34.01%	34.71%	35.29%	36.17%

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.19 Tabla de supuestos para el escenario optimista

Se muestra la figura 23, los supuestos para el escenario optimista

Figura 23. Tabla de supuestos escenario optimista

Tabla de supuestos Escenario Optimista	
1	Se incrementó los ingresos a un 50%
2	Y los supuestos de los costos del escenario normal.
3	Se utilizó la misma tasa de descuento del escenario normal.

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.20 Flujo de efectivo escenario optimista

En la figura 24, se muestra el flujo de efectivo escenario optimista.

Figura 24. Flujo de efectivo escenario optimista

Flujo de efectivo proyectado a 5 años						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	12.877.195,00					
Ingresos						
Ingresos		74.705.400,00	87.156.300,00	99.607.200,00	112.058.100,00	124.509.000,00
Amortización de Deuda		2.349.427,74	2.457.360,04	2.570.250,73	2.688.327,60	2.811.828,90
Ahorro impositivo derivado de la amortización		234.942,77	245.736,00	257.025,07	268.832,76	562.365,78
Ingresos totales		74.940.342,77	87.402.036,00	99.864.225,07	112.326.932,76	125.071.365,78
Utilidad bruta		74.940.342,77	87.402.036,00	99.864.225,07	112.326.932,76	125.071.365,78
Costos fijos						
Agua		119.436,00	124.213,44	129.181,98	134.349,26	139.723,23
Electricidad		360.000,00	374.400,00	389.376,00	404.951,04	421.149,08
Teléfono e internet		429.600,00	446.784,00	464.655,36	483.241,57	502.571,24
Salarios		10.800.000,00	11.232.000,00	11.681.280,00	12.148.531,20	12.634.472,45
Cargas Sociales		2.843.640,00	2.957.385,60	3.075.681,02	3.198.708,26	3.326.656,60
Póliza de riesgos del trabajo		92.672,00	96.378,88	100.234,04	104.243,40	108.413,13
Alquiler del local		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patente comercial		280.000,00	291.200,00	302.848,00	314.961,92	327.560,40
Provisiones		2.493.215,42	2.592.944,04	2.696.661,80	2.804.528,27	2.916.709,41
Cuota Credito Banco Nacional de Costa Rica		1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20
Total de costos fijos		19.301.010,62	19.997.753,16	20.722.365,40	21.475.962,13	22.259.702,72
Costos variables						
Suministros de oficina		7.376.928,00	7.672.005,12	7.978.885,32	8.298.040,74	8.629.962,37
Suministros de limpieza		609.600,00	633.984,00	659.343,36	685.717,09	713.145,78
Total de costos variables		7.986.528,00	8.305.989,12	8.638.228,68	8.983.757,83	9.343.108,15
Total de costos		27.287.538,62	28.303.742,28	29.360.594,08	30.459.719,96	31.602.810,87
(-) Depreciación		398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33
(=) UAI Utilidad antes de impuestos e intereses		47.254.490,82	58.699.980,39	70.105.317,66	81.468.899,47	93.070.241,58
(-) Gasto por impuestos		9.450.898,16	11.739.996,08	14.021.063,53	16.293.779,89	18.614.048,32
(-) Intereses		531.409,79	423.477,49	310.586,80	192.509,93	69.008,63
(=) Utilidad neta		37.272.182,86	46.959.984,31	56.084.254,12	65.175.119,57	74.456.193,26
(+) Depreciación		398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33
(=) Flujo neto de efectivo	-12.877.195,00	37.670.496,20	47.358.297,64	56.482.567,46	65.573.432,91	74.854.506,59

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017

Figura 25. Cálculo del VAN, TIR y período de recuperación.

CALCULO DEL VAN-TIR-PERIDO DE RECUPERACION						
	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Tasa de Redescuento	15.27%	16.31%	14.61%	16.37%	16.42%	16.89%
Factor de descuento a esa tasa	1.00	0.86	0.76	0.63	0.54	0.46
VAN de la inversión	161,405,302.56					
TIR	316%					
Periodo de recuperacion	1 año					

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017

Se concluye que basado en los ingresos y gastos proyectados, así como en el análisis de una inversión inicial de ¢12.877.195,00 una tasa impositiva del 20,00% y una tasa de redescuento del para el año 0 de 15,27%, año 1 de 16,31%, año 2 de 14,61%, año 3 de 16,37%, año 4 de 16,42% y año 5 de 16,89% se concluye que el proyecto es viable, por lo tanto, se aprueba, ya que el VAN es positivo.

4.10.21 Punto de equilibrio para el escenario optimista

Se calcula el punto de equilibrio para el escenario normal, lo cual en la figura 26 se muestran los resultados.

Figura 26. Punto de equilibrio optimista

Punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio en colones	21,611,422.31	22,104,290.45	22,690,119.11	23,347,764.93	24,065,574.29
Precio promedio de evento	691,716.67	719,385.34	791,323.87	870,456.26	957,501.88
Cantidad de eventos al año	31	31	29	27	25
Cantidad de eventos mensual	3	3	2	2	2

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017

4.10.22 Tabla de supuestos para el escenario pesimista

Se muestra la figura 27, los supuestos del flujo de efectivo escenario pesimista.

Figura 27. Tabla de supuestos escenario pesimista

Tabla de supuestos Escenario Pesimista	
1	Se incremento los costos un 10%
2	Se aumento la tasa básica pasiva un 10%
3	No se tomo en cuenta la depreciación ni la amortización.

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017

4.10.23 Tasa de redescuento escenario pesimista

La tasa de descuento aplicable para calcular el VAN, se determinó de la siguiente manera:

Figura 28. Cálculo de la tasa de redescuento para el escenario pesimista

Redescuento con T.B.P Año 0		Redescuento con T.B.P Año 3	
Inflación	0,77%	Inflación	2,14%
TBP	5,50%	TBP	5,08%
Crecimiento	10%	Crecimiento	10%
Tasa Descuento	16,27%	Tasa Descuento	17,22%
Redescuento con T.B.P Año 1		Redescuento con T.B.P Año 4	
Inflación	1,54%	Inflación	1,13%
TBP	5,72%	TBP	6,35%
Crecimiento	10%	Crecimiento	10%
Tasa Descuento	17,26%	Tasa Descuento	17,48%
Redescuento con T.B.P Año 2		Redescuento con T.B.P Año 5	
Inflación	0,54%	Inflación	1,06%
TBP	4,88%	TBP	7,00%
Crecimiento	10%	Crecimiento	10%
Tasa Descuento	15,42%	Tasa Descuento	18,06%

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017.

4.10.24 Flujo de efectivo escenario pesimista

En la figura 29, se muestra el flujo de efectivo, el escenario pesimista.

Figura 29. Flujo de efectivo escenario pesimista

Flujo de efectivo proyectado a 5 años						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	12.877.195,00					
Ingresos						
Ingresos		34.862.520,00	40.672.940,00	40.672.940,00	46.483.360,00	46.483.360,00
Amortización de Deuda		2.349.427,74	2.457.360,04	2.570.250,73	2.570.250,73	2.688.327,60
Ahorro impositivo derivado de la amortización		234.942,77	245.736,00	257.025,07	257.025,07	268.832,76
Ingresos totales		35.097.462,77	40.918.676,00	40.929.965,07	46.740.385,07	46.752.192,76
Utilidad bruta		35.097.462,77	40.918.676,00	40.929.965,07	46.740.385,07	46.752.192,76
Costos fijos						
Agua		119.436,00	124.213,44	129.181,98	134.349,26	139.723,23
Electricidad		360.000,00	374.400,00	389.376,00	404.951,04	421.149,08
Teléfono e internet		429.600,00	446.784,00	464.655,36	483.241,57	502.571,24
Salarios		10.800.000,00	11.232.000,00	11.681.280,00	12.148.531,20	12.634.472,45
Cargas Sociales		2.843.640,00	2.957.385,60	3.075.681,02	3.198.708,26	3.326.656,60
Póliza de riesgos del trabajo		92.672,00	96.378,88	100.234,04	104.243,40	108.413,13
Alquiler del local		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patente comercial		280.000,00	291.200,00	302.848,00	314.961,92	327.560,40
Provisiones		2.493.215,42	2.592.944,04	2.696.661,80	2.804.528,27	2.916.709,41
Cuota Credito Banco Nacional de Costa Rica		1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20	1.882.447,20
Total de costos fijos		19.301.010,62	19.997.753,16	20.722.365,40	21.475.962,13	22.259.702,72
Costos variables						
Suministros de oficina		7.376.928,00	7.672.005,12	7.978.885,32	8.298.040,74	8.629.962,37
Suministros de limpieza		609.600,00	633.984,00	659.343,36	685.717,09	713.145,78
Total de costos variables		8.785.180,80	9.136.588,03	9.502.051,55	9.882.133,62	10.277.418,96
Total de costos		28.086.191,42	29.134.341,19	30.224.416,95	31.358.095,74	32.537.121,68
(-) Depreciación		398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33
(=) UAI Utilidad antes de impuestos e intereses		6.612.958,02	11.386.021,48	10.307.234,79	14.983.976,00	13.816.757,74
(-) Gasto por impuestos		661.295,80	1.138.602,15	1.030.723,48	1.498.397,60	2.763.351,55
(-) Intereses		531.409,79	423.477,49	310.586,80	192.509,93	69.008,63
(=) Utilidad neta		5.420.252,42	10.247.419,33	9.276.511,31	13.485.578,40	11.053.406,19
(+) Depreciación		398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33	398.313,33
(=) Flujo neto de efectivo	-12.877.195,00	5.818.565,76	10.645.732,66	9.674.824,64	13.883.891,73	11.451.719,53

Fuente: Elaboración propia del investigador, 2017.

Figura 30. Cálculo del VAN, TIR y período de recuperación.

CALCULO DEL VAN-TIR-PERIDO DE RECUPERACION						
	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Tasa de Redescuento	16,27%	17,26%	15,42%	17,22%	17,48%	18,06%
Factor de descuento a esa tasa	1,00	0,85	0,75	0,62	0,53	0,44
VAN de la inversión	18.365.834,97					
TIR	62%					
Periodo de recuperacion	2 Años					

Fuente: Elaboración propia del investigador, enero 2017

Se concluye que basado en los ingresos y gastos proyectados, así como en el análisis de una inversión inicial de ¢12.877.195,00 una tasa impositiva del 10,00% y una tasa de redescuento del para el año 0 de 16,27%, año 1 de 17,26%, año2 de 15,42%, año 3 de 17,22%, año 4 de 17,48% y año 5 de 18,06% se concluye que el proyecto es viable, por lo tanto, se aprueba, ya que el VAN es positivo

4.10.25 Punto de equilibrio para el escenario pesimista

Se calcula el punto de equilibrio para el escenario normal, lo cual en la figura 31 se muestran los resultados.

Figura 31. Punto de equilibrio pesimista

Punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio en colones	25.803.317,73	25.791.423,66	27.039.316,70	27.274.356,01	28.578.342,27
Precio promedio de evento	691.716,67	719.385,34	791.323,87	870.456,26	957.501,88
Cantidad de eventos al año	37	36	34	31	30
Cantidad de eventos mensual	3	3	3	3	2

Fuente: Elaboración propia del investigador, 2017.

4.11 RIESGOS

Para una empresa es muy importante identificar cuáles son los riesgos a los que está expuesto, por lo tanto, la empresa corre el riesgo de mercado, liquidez, crediticio y físico.

4.11.1 Riesgo de mercado

De Lara, A. (2010). Indica que el riesgo de mercado es: “La pérdida que puede sufrir un inversionista debido a la diferencia en los precios que se registren en el mercado o en movimientos de los llamados factores de riesgo (tasas de interés, tipos de cambio)”. (p.16)

Por lo tanto, la empresa sufre de este riesgo, ya que se adquiere un préstamo con el Banco Nacional de Costa Rica, por lo tanto, hay una relación directa con las tasas de interés, además también, se utiliza el tipo de cambio, ya que se tiene una cotización en moneda extranjera.

4.11.2 Riesgo crediticio

De Lara, A. (2010). “Es la pérdida potencial producto del incumplimiento de la contraparte en una operación que incluye un compromiso de pago.” (p.16)

De manera que al adquirir el préstamo se establece que durante 5 años la empresa está obligada a cancelar las cuotas correspondientes.

4.11.3 Riesgo operativo

De Lara, A. (2010). “Se asocia a las fallas en los sistemas, procedimientos, en los modelos o en las personas que manejan dichos sistemas” (p.17)

Por lo anterior, como se maneja una planilla pequeña, si no se cuenta con el personal óptimo para cada evento representa algún imprevisto que pueda que atrase el funcionamiento normal de la empresa.

4.11.4 Riesgo de liquidez

De Lara, A. (2010).” Las pérdidas que puede sufrir una institución al requerir una mayor cantidad de recursos para financiar sus activos a un costo posiblemente inaceptable.” (p.16)

Dado que la empresa tenga un crecimiento acelerado en la obligación, y que los ingresos no aumenten, la empresa no va a tener fondos para hacer frente a esa deuda, por ello, se da falta de liquidez.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se indicarán las conclusiones y recomendaciones formuladas para el estudio de este proyecto, tomando en consideración los objetivos desarrollados con el fin de implementar y desarrollar esta iniciativa.

5.1.1 Conclusión y recomendación del objetivo general

Objetivo General: determinar la pre factibilidad y viabilidad económica de establecer una PYME Organizadora de Eventos en el cantón de Moravia de la provincia de San José, Costa Rica.

Conclusión: es un proyecto que cumple, esto debido a que las opciones de financiamiento que, actualmente, existen, para apoyar al pequeño y mediano empresario, son muy asequibles, permitiendo manejar una mayor demanda, de servicios de calidad y competitividad en el mercado. Esto se concluye luego de haber analizado diferentes escenarios financieros, de los cuales y, como se indica en la presente investigación, el proyecto es rentable manejando el financiamiento con el Banco Nacional de Costa Rica, debido a la baja tasa de interés que maneja, permite que la inversión inicial que se debe

realizar se recupere en un año; esto es complementado con la ventaja de que no es necesario llevar a cabo una inversión fuerte en cuanto a la infraestructura, generando un ahorro considerable en los costos del proyecto.

A su vez y, como se indica anteriormente, la estimación de recuperación de la inversión inicial es en un año. Lo anterior se determina luego de observar los resultados de las ganancias netas proyectadas en los flujos de efectivos netos (ganancia después de impuestos); así como y de acuerdo en el resultado del VAN, el cual es positivo y con una TIR mayor a la tasa del costo del capital; resultados que brindan seguridad en cuanto a la viabilidad financiera del proyecto y su competitividad en el mercado, ya que le permite al empresario poder vender sus servicios a un costo razonable y competitivo, cubriendo las diferentes necesidades de los clientes, inclusive aquellas que, actualmente, no han sido cubiertas en este nicho de mercado.

Recomendación: se recomienda proceder con la implementación del negocio, ya que, de acuerdo con los diferentes escenarios financieros analizados, aún en el escenario más crítico el riesgo es muy bajo, arrojando resultados en los cuales los costos de operación fijos son cubiertos. Por tanto, y sensibilizando estas proyecciones, se observa que si es posible la creación de esta empresa de servicios.

A su vez, se recomienda que la empresa trabaje bajo la dirección de su misión y visión, éstas van enfocadas para cubrir el nicho de este mercado, que reclama y demanda el cliente actual, lo que permitirá a Construcción Eventos Vanessa S.A., ganar clientes potenciales.

5.1.2 Conclusiones y recomendaciones de los objetivos específicos

Objetivo Específico: implementar los requerimientos técnicos para la apertura de una PYME en Moravia, San José, Costa Rica.

Conclusión: para este proyecto y como parte de su pre factibilidad y viabilidad, se cuenta con un espacio físico amplio en casa de habitación, propiedad del investigador, que reúne los requerimientos mínimos y objetivos para el acondicionamiento técnico de la oficina, tales como: paquete de Internet banda ancha (4 Mbps), cable y telefonía, instalación eléctrica relativamente nueva y con gran distribución de tomas corrientes y puertos, iluminación con luces led, que generan un ahorro en el consumo y, como plus, el área asignada aparte de manejar “independencia” (cada sector de la oficina está separado por divisiones) cuenta con ventilación y luz natural; todo esto genera facilidad y ahorro en los costos, ya que no se debe invertir en un alquiler, remodelación o compra de oficina; por lo tanto, permite que los costos se concentren sólo en la compra de los inmobiliarios y en el equipo de cómputo. En conclusión, la implementación técnica sería general y de bajo

costos operativos, mismos que se pueden cubrir con el financiamiento analizado en esta investigación, desde términos contables reales y equilibrados.

Recomendación: para que la PYME consiga mantenerse en el mercado de Eventos, es de suma importancia que la Empresa se actualice continuamente en la “tecnología de punta”, por ejemplo, laptops y sistemas operativos, Internet, equipo (impresoras, cámaras, etc.), lo cual conlleva a renovar el equipamiento, según sea la necesidad de la demanda y la infraestructura física; de esta manera se mantendrá siempre competitiva en el mercado. Esto es posible de acuerdo con los resultados expuestos en la conclusión general, en donde el VAN es mayor que cero y el TIR es positivo, permitiendo una recuperación de la inversión inicial en un periodo de un año, lo cual favorece el manejo positivo de los costos, de tal forma que la empresa pueda proyectar actualizarse y mantenerse competitiva en el mercado.

Objetivo Específico: examinar las normativas vigentes para la apertura de una PYME organizadora de eventos en Moravia, San José, Costa Rica.

Conclusión: posterior al estudio del ámbito legal y administrativo, se identifica los requisitos obligatorios que se requieren cumplir para poder operar legalmente en el mercado y su metodología de pago, permitiendo contemplar dichos pagos dentro de los costos operativos de la empresa expuestos en las diferentes proyecciones financieras analizadas. A su vez y gracias al estudio

realizado, se comprende y concluye que las normativas vigentes obligatorias más importantes son: inscripciones ante el Ministerio de Hacienda, Registro Mercantil, C.C.S.S, I.N.S, Municipalidad del Cantón y el Ministerio de Salud. Ahora bien, como ejemplo de la metodología de pago identificada y contemplada en las proyecciones financieras sobre una de estas entidades, se puede mencionar que Construcción Eventos Vanessa S.A., tendrá que reportar ante el Ministerio de Hacienda y, en cada periodo fiscal (1 octubre del año anterior, al 30 de setiembre del año vigente) por medio del formulario D101 la renta del negocio y, posteriormente, pagar en los casos en los cuales la empresa sobrepase los montos mínimos establecidos. Lo anterior, costos fijos contemplados en los escenarios financieros, al igual que en los casos de las otras entidades legales expuestas.

Recomendación: las proyecciones financieras y resultados analizados, reflejan que la empresa es financieramente rentable, por lo tanto y a su vez, Construcción Eventos Vanessa S.A., puede cumplir con las normativas legales en sus respectivos períodos, una razón más que respalda la recomendación inicial de implementar el negocio de servicios de eventos.

Objetivo Específico: estimar la demanda potencial para una PYME organizadora de eventos en Moravia, San José, Costa Rica.

Conclusión: la investigación realizada, a través del estudio de mercado por medio del instrumento de investigación de encuesta, permite identificar que

existe una diversidad de clientes que se encuentran dentro del cantón de Moravia que, pese a la alta competencia actual en este nicho de mercado, no han encontrado o identificado una empresa que cumpla al cien por ciento las necesidades que tiene cada uno. Esto hace atractivo al proyecto, porque se identifican potenciales clientes dispuestos por pagar (con solvencia económica o capacidad de inversión crediticia) por un servicio personalizado que cumpla con sus necesidades y demandas, que es justamente el nicho del mercado al cual está dirigido la empresa. En virtud de esto, se concluye que Constru Eventos Vanessa S.A., puede iniciar con su negocio manejando un promedio de seis eventos mensuales y alcanzando un promedio de hasta ochenta eventos anuales durante su primer año en operación, favoreciendo las ganancias netas de la empresa y la recuperación de la inversión inicial del proyecto.

Recomendación: se identifica que existe el mercado requerido para emprender el negocio, por lo cual la empresa debe generar estrategias de mercadeo y publicidad puntuales y atractivas para llegar a cautivar al cliente meta. Para esto se recomienda que la empresa proceda con un exclusivo evento de inauguración, donde se presente y dé a conocer y por supuesto en el cual convenza a sus potenciales clientes del porqué Constru Eventos Vanessa S.A., es diferente dentro del mercado de servicios. Este evento debe manejarse muy inteligentemente, deben asegurar la alta calidad en los productos, servicios, presentación personal, lenguaje verbal y físico (inteligencia neurolingüística para ventas); así como brindar información de

costos reales y objetivos relacionados con los diferentes eventos que la empresa puede brindar para llegar a demostrar que son la mejor opción. A su vez, la empresa debe crear una atractiva, amigable e interactiva página web, además de alta exposición por medio de las redes sociales y sobre todo mantener a través del tiempo la alta calidad de sus servicios, así como mantener una apertura constante de los diferentes mercados para complementar y fortalecer el logro de los resultados proyectados.

Objetivo Específico: definir la estructura organizacional de la PYME organizadora de eventos.

Conclusión: Constru Eventos Vanessa S.A., inicia como empresa familiar con una visión de llegar a ser líderes en el mercado; como parte de este proceso, la empresa inicia subcontractando la mayoría de los servicios a brindar y establecer una estructura base inicial, pero con grandes proyecciones, que se presentan a continuación: Gerente General, quien, además de cumplir las funciones presentadas y delimitadas anteriormente, estará asumiendo en ciertos eventos el rol de fotógrafo o de grabaciones de video, de acuerdo con su experiencia, a su vez, la empresa estará conformada por una planilla con el siguiente personal: una oficinista, un coordinador de eventos, un asistente de eventos. Mediante Servicios Profesionales se contratará un asesor legal y un contador. Esta estructura permitirá manejar un adecuado manejo y administración del personal; a su vez, aporta a la sociedad de Costa Rica, nuevas fuentes de trabajo.

Posteriormente y de acuerdo con las utilidades y demandas del negocio, se podrá modificar la estructura.

Recomendación: establecer y respetar una política basada en la satisfacción total de nuestros colaboradores y la armonía del clima organizacional; ya que ellos son quienes marcarán la diferencia en los servicios y la calidad de esta. Esto permitirá, también, manejar de forma más óptima los cambios y la transición del giro del negocio, que permita a la empresa ser competitiva y así posicionarse año con año más en el mercado. A su vez, llevar a cabo una buena legislación laboral, que ampare no solo al colaborador, sino también, al Patrono.

Objetivo Específico: identificar los riesgos asociados al proyecto para definir sus características, priorizarlos y generar estrategias de respuesta a estos.

Conclusión: este proyecto debe manejarse por medio de un financiamiento, para poder cubrir las diferentes necesidades de implementación e inyección de capital, por lo cual se ha determinado que el principal riesgo, es el cumplimiento del pago de las cuotas del crédito adquirido. Sin embargo, el riesgo es de menor impacto, tomando en consideración la baja tasa de interés y el plazo que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, entidad financiera electa para el proyecto.

Otro aspecto que favorece y disminuye los riesgos, es la estructura de los costos de operación, ya que permiten manejar un buen margen de ganancia.

Recomendación: luego de realizar el análisis del flujo de efectivo, se observa que la recuperación de la inversión inicial es a corto plazo y que los riesgos del proyecto son menores, sobre todo por los bajos costos operativos, por lo cual se recomienda que la empresa proceda con el proyecto y que mantenga un análisis constante de los Estados Financieros y las proyecciones correspondientes del negocio.

Objetivo Específico: realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad económica-financiera de una PYME organizadora de eventos.

Conclusión: se confeccionaron tres escenarios: el optimista, normal y el pesimista. Por lo tanto, se proyectaron los ingresos, la inversión inicial, los costos fijos y variables a un periodo de 5 años. Se calculó el VAN, TIR y el periodo de recuperación. Para este cálculo se utilizaron pronósticos para las tasas de descuento. Por lo tanto, en los tres escenarios el cálculo del VAN y del TIR dieron como resultado mayor que uno, por lo cual se puede determinar que el proyecto es viable y que se llevó el proyecto al punto de inflexión. A su vez y aunado a este análisis, se determina que la entidad financiera utilizada para el proyecto, Banco Nacional de Costa Rica, permite que la empresa al registrarse como una

PYME a una tasa del 4,50%, “soporte” una estructura de apalancamiento permisivo, favoreciendo el desarrollo de dicho proyecto.

Recomendación: de acuerdo con todos los análisis y estudios financieros realizados y a los resultados positivos del VAN y TIR, se recomienda poner en marcha el proyecto.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

6. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

6.1 BIBLIOGRAFÍA

6.1.1 Libros

- Barrantes, R. (2010). Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cuantitativo y cualitativo. (3ª Ed). Costa Rica: EUNED.
- Hernández. R, Fernández. C, y Baptista. P. (2010). Metodología de la Investigación (5ª Ed). México: Mc Graw-Hill.
- Hernández. R, Fernández. C, y Baptista. P. (2014). Metodología de la Investigación (6ª Ed). México: Mc Graw-Hill.
- UDH. (2014). Análisis factibles. Universidad de Huanuco.
- Fillion, L., Cisneros, Luis F. y Mejía, Jorge H. (2011). Administración de PYMES: Emprender, Dirigir y Desarrollar Empresas (1ª Ed). México: PEARSON
- Gitman, L. (2012). Principios de administración financiera. (11ª Ed). México: PEARSON
- Seller, R. y Casado, A. (2010). Introducción al marketing: teoría y práctica. (1ª Ed) España: Club Universitario.
- Sapag, N. y Sapag, R. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. (5ª Ed). Colombia: McGraw-Hill
- Ruiz, D. (2013). Finanzas aplicadas al marketing. (1ª Ed). España: Pirámide
- Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. (6ª Ed). México: McGraw-Hill
- Kotler, P. y Armstrong G. (2013). Fundamentos de marketing. (11ª Ed). México: PEARSON

- Parkin, M. y Loría, E. (2010). Microeconomía versión para la Latinoamérica. (9ª Ed). México: PEARSON
- Warren, C., Reeve, J. y Fess, P. (2016). Contabilidad Financiera. (14ª Ed)
- Bernal, César. (2010). Metodología de la Investigación. (3ª Ed). Editorial Pearson.
- Lara, A. (2010). Medición y Control de Riesgos Financieros. (3ª Ed). México. Limusa

6.1.2 Documentos en línea

- Innovación y Emprendedorismo. (s.f.). Modelo de Pensamiento Gano/Ganas. Recuperado, julio 2016, de: <http://coaching10.net/habito-4-pensar-en-ganar-ganar/>
- REDRRPP. (s.f.). Recuperado, julio 2016, <http://www.redrrpp.com.ar/organizacion-de-eventos-definicion-tipos/>
- Mapas de Costa Rica. Datos de Moravia. (s.f.). Recuperado, julio 2016 de: <http://mapasdecostarica.blogspot.com/2014/09/14-moravia.html>
- Estudio de viabilidad de un proyecto. (s.f.). Recuperado, en julio 2016 <http://www.obs-edu.com/blog-project-management/causas-de-fracaso-de-un-proyecto/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-como-y-por-que-llevarlo-cabo/>.
- Pruebas de desempeño de Productos. (s.f.). Recuperado, en octubre 2016 http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_producto.pdf
- Que significado (s.f.). Recuperado en octubre 2016 de: <http://quesignificado.com/evento/>
- Gráfico Circular. (s.f.). Recuperado en octubre 2016 <https://support.google.com/adsense/answer/2794075?hl=es>

- Gráfico Columna. (s.f.). Recuperado en octubre 2016

[https://technet.microsoft.com/es-es/library/ms156306\(v=sql.100\).aspx](https://technet.microsoft.com/es-es/library/ms156306(v=sql.100).aspx)

- Gráfico Lineal. (s.f.). Recuperado en octubre 2016

<http://www.mathematicsdictionary.com/spanish/vmd/full//linegraph.htm>

- Google Maps. (s.f.). Recuperado en enero 2017

<https://www.google.es/maps/@9.958925,84.0449882,577a,20y,41.29t/data=!3m1!1e>

[3](#)

- Aresep. (2016). Recuperado en enero 2017 [https://aresep.go.cr/agua-](https://aresep.go.cr/agua-potable/index.php?option=com_content&view=article&id=1866&catid=58&Itemid=63)

[potable/index.php?option=com_content&view=article&id=1866&catid=58&Itemid=63](https://aresep.go.cr/agua-potable/index.php?option=com_content&view=article&id=1866&catid=58&Itemid=63)

[9](#)

- Aresep. (2016). Recuperado en enero 2017

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjojODQ2OWM1MzctMTU4YS00YmYwLWExYT>

[UtZWlxNWJhZjU3ZDRmliwidCI6IjBkNzIzOGY4LWI3ODQtNDk2MC1iZGUyLTZIMzM](https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjojODQ2OWM1MzctMTU4YS00YmYwLWExYT)

[1MWQyNDcwZCIsImMiOiR9](https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjojODQ2OWM1MzctMTU4YS00YmYwLWExYT)

- Kolbi. (2016). Recuperado en enero 2017

https://kolbi.cr/wps/portal/kolbi_dev/hogares/planes-triple-y-duo/plan-

[triple/internettelefoniatvavanzada!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zizQ](https://kolbi.cr/wps/portal/kolbi_dev/hogares/planes-triple-y-duo/plan-)

[MtHA093A183P3NLQ0cLb2MQwN8TI3cQ830w1EWWIR6mQIVODsbOBuHGnr6mIH](https://kolbi.cr/wps/portal/kolbi_dev/hogares/planes-triple-y-duo/plan-)

[EaPFAAdwNCBOPx4FUfiND9ePwmuFmTkBBZ5GBBQYGaMrwBJIhJxZkBsGmGQ](https://kolbi.cr/wps/portal/kolbi_dev/hogares/planes-triple-y-duo/plan-)

[6ZnpqKgIAEKQRN8!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/](https://kolbi.cr/wps/portal/kolbi_dev/hogares/planes-triple-y-duo/plan-)

- Ministerio de Salud. (2016). Permisos a establecimientos. Recuperado, en octubre 2016 [http://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-](http://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms?id=632)

[establecimientos-ms?id=632](http://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms?id=632)

- Ley laboral. Aguinaldo (2016). Información sobre aguinaldo. Recuperado en

octubre

2016

de:

<http://www.leylaboral.com/costarica/PaginaNorma.aspx?item=9808&bd=18&recargar>

≡

➤ Ministerio de Hacienda. (2016). Requisitos para la inscripción de contribuyente Recuperado en octubre 2016:

<http://www.hacienda.go.cr/docs/552bffaba7f08D140%20DECLARACION%20DE%20INSCRIPCION%20EN%20EL%20REGISTRO%20UNICO%20TRIBUTARIO.pdf>

➤ Caja Costarricense del Seguro Social (2016). Requisitos para inscribirse como patrono y empleado. Recuperado, octubre 2016:

<http://www.ccss.sa.cr/faq?cat=97>

➤ Instituto Costarricense de Seguros (2016). Pólizas de Riesgo de trabajo. Recuperado, octubre 2016. <http://portal.ins-cr.com/NR/rdonlyres/89504957-B318-473A-B720-EEFB0B919B B8/7428/SolicituddesegurodeRT.pdf>

➤ Ministerio de trabajo y seguridad social. (2016). Salarios mínimos. Recuperado, octubre 2016.

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=bXRzcy5nby5jcnxtdHNzfGd4OjVkZT.NjMDVjMDc5MzhkM2U>

➤ Banco Central de Costa Rica. (2016). Inflación, Tipo de cambio, Tasa Básica Pasiva, Recuperado, octubre 2016.

<http://indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCatCuadro.aspx?idioma=1&CodCuadro=2732>

➤ Banco Nacional de Costa Rica. (s.f.). Recuperado en enero 2017 <https://www.bncr.fi.cr/BNCR/Personas/Calculadoras.aspx?Prestamo=5>

➤ Ministerio de Hacienda. (2016). Recuperado en enero 2017 <http://www.hacienda.go.cr/contenido/12994-impuesto-sobre-la-renta-regimen-tradicional>

6.2 ANEXOS

Dirección General de Tributación

REQUISITOS GENERALES PARA LA INSCRIPCIÓN EN REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO

Usted tiene la obligación de inscribirse en el registro de contribuyentes que lleva la Administración Tributaria, desde el momento en que inicia actividades comerciales (vende mercancías o presta servicios), situación que lo convierte en un contribuyente afecto a los impuestos sobre la renta, general sobre las ventas, selectivo de consumo, etc., según su actividad económica.

La Administración Tributaria (AT), a partir del 01 de Diciembre del 2012, pondrá a disposición el formulario en formato PDF, para realizar el trámite de inscripción, en el sitio Web <http://dgt.hacienda.go.cr>, mismo que podrá imprimir, llenar y presentar ante la administración tributaria competente. Cabe mencionar, que hasta agotar existencia, se permitirá el uso del formulario normalizado (pre impreso).

Requisitos Específicos:

1. Si usted es costarricense:

Presente original de su cédula de identidad vigente.

Nota: Si usted no realiza el trámite personalmente, se debe presentar un poder en el cual se autorice a un tercero a realizar el trámite de inscripción. No es necesario que envíe su cédula de identidad, pero la persona que usted autorice debe aportar identificación.

2. Si usted es extranjero (a):

Presente el original de su documento de identificación vigente (DIMEX o Pasaporte)

En caso de que presente el pasaporte como documento de identificación, la AT asignará un número de identificación especial (NITE), que deberá utilizar para su debida identificación en todos los medios y documentos tributarios, hasta tanto disponga del DIMEX.

Nota: Si usted no realiza el trámite personalmente, se debe presentar un poder en el cual se autorice a un tercero a realizar el trámite de inscripción. Es necesario que envíe su documento de identificación vigente (DIMEX o Pasaporte) original o fotocopia autenticada y que la persona que usted autorice porte identificación.

3. Si es una persona jurídica (sociedad):

Presente:

- Original o fotocopia autenticada de la cédula de identidad, DIMEX o Pasaporte (vigente) del representante legal, según sea el caso.
- Original de certificación de personería jurídica:
 - Si es emitida por un abogado o el Registro Nacional que no supere un máximo de tres meses de vigencia.
 - Si es una personería digital que no supere un máximo de 15 días naturales de emitida.

Las mismas deben indicar si la representación es individual o conjunta y el poder de actuación o en su defecto,

- Si la sociedad tiene tres meses o menos de haber sido constituida, puede aportar original de la escritura de constitución de la sociedad o copia certificada en lugar de la personería jurídica.

Nota: Si el representante legal no realiza el trámite personalmente, se debe presentar un poder en el cual se autorice a un tercero a realizar el trámite de inscripción. Es necesario que envíe

Dirección General de Tributación

su documento de identificación vigente (DIMEX o Pasaporte) original o fotocopia autenticada y que la persona que usted autorice porte identificación.

Importante:

De acuerdo al art. 27 del CNPT, el domicilio fiscal que se debe reportar ante la AT es:

Personas físicas: el lugar donde tengan su residencia habitual.

Personas jurídicas o sociedades análogas sin personalidad jurídica: el lugar donde se centralizada su gestión administrativa y la dirección de sus negocios.

Presentación:

La inscripción la puede realizar electrónicamente en la siguiente dirección:
<https://www.haciendadigital.go.cr>.

También de forma personal en el Área de Registro de Contribuyentes de la Administración Tributaria más cercana a su localidad.

Sanciones:

Si usted omite inscribirse al momento de iniciar su actividad comercial, se hará acreedor a una sanción de medio salario base por mes o fracción de mes hasta un máximo de tres salarios base. El salario base varía todos los años, consúltelo en la administración tributaria o en nuestra página: <http://dgt.hacienda.go.cr>.

Recuerde:

Una vez inscrito, usted tiene la obligación de:

- Actualizar sus datos cuando estos sufran alguna variación.
- Desinscribirse si cesa actividades.
- Cumplir con sus obligaciones tributarias (formales y materiales) desde el momento de su inscripción.

Información actualizada al 01 de diciembre del 2012

REQUISITOS ESPECÍFICOS DE CASOS ESPECIALES PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO

Requisitos adicionales para los siguientes casos especiales:

Fondos de Inversión y Fideicomiso

- Certificación de número cédula jurídica/consecutivo identificador, emitido por el Registro Público.
- El original y fotocopia o fotocopia certificada de la Personería Jurídica o certificación registral o notarial del ente administrador del fideicomiso o fondo de inversión, con un máximo de tres meses de emitida.
- El original y fotocopia o fotocopia certificada del Contrato de Administración del Fondo emitida por el ente administrador (Banco, Puesto de Bolsa, Financiera).

Sucesiones

- El original y fotocopia del documento que acredite a una persona como el albacea o administrador de los bienes.

Salas de juego o casinos

- El original y fotocopia o fotocopia certificada de la autorización o explotación de salas de juego o casino, extendida por la Municipalidad respectiva.

Asociaciones o Fundaciones sin fines de lucro

- El original y fotocopia o fotocopia certificada de la Declaratoria de Utilidad Pública por parte del Ministerio de Justicia y Gracia.

Proveedores de cajas registradoras

- El original y fotocopia o fotocopia certificada del Manual o instructivo del modelo de la caja registradora por autorizar.
- El original y fotocopia o fotocopia certificada de la muestra del tiquete que se extiende al cliente.

Condominios y Centros comerciales

- El original de certificación registral o notarial en la cual conste el representante legal del Condominio o del Centro Comercial inscrito en el Registro Mercantil, con un máximo de tres meses de expedidos

Registro de Imprentas

- Original y fotocopia del permiso municipal extendido por la Municipalidad respectiva.

Dirección General de Tributación Comercializador de vehículos

- Estabilidad y habitualidad del negocio: La cual debe entenderse como la indicación del rótulo que lo identifique, tiempo de funcionamiento del negocio, horario, número de empleados si tuviera, en cuyo caso indicar el número de póliza de riesgos de trabajo y estar al día en las cuotas obrero patronales.
- Indicar el nombre comercial
- Dirección exacta del local (punto comercial)
- Patente comercial donde conste la actividad comercial relacionada

Traspaso de negocio

- Borrador de los avisos de ley para el visto bueno de la Administración Tributaria, para su debida publicación. Art. 13 Reglamento de Ventas.
- Estar al día en el pago de los impuestos administrados por la Dirección General de Tributación
- Traspaso mediante escritura pública, la cual cuando corresponda deberá inscribirse en el Registro Público. A esos efectos el interesado deberá aportar certificación notarial o registral.

Menores de edad o herederos

- Tarjeta de Identificación de Menores, emitido por el Tribunal Supremo de Elecciones. El menor debe ser mayor de 15 años para poder ejercer alguna labor (según el Art. 78 del Código de la Niñez y la Adolescencia). La persona que representará al menor ante la administración tributaria, ya sea el padre o la madre del menor, debe acreditarse como representante legal del mismo y es quien debe firmar el formulario de inscripción D.140 del menor. Si la tutela del menor pertenece a un representante legal nombrado por el Patronato Nacional de la Infancia debe cumplir con todos los deberes materiales y formales del menor inscrito.

Personas discapacitadas

- El formulario D.140 se firma "a ruego" por un tercero que esté acompañando al interesado, se debe firmar en presencia de dos testigos de libre escogencia frente al funcionario tributario (los testigos pueden ser funcionarios públicos).

Patronatos o Comedores y Juntas de educación

- Original y fotocopia de la cédula jurídica de la Junta Administrativa. Original y fotocopia de la personería jurídica que para estos efectos emite el Ministerio de Educación.

Información actualizada a noviembre de 2012

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
LLORENTE DE TIBÁS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS 2016-II

Objetivo de la encuesta: Esta encuesta se realiza con el único fin de poder determinar el nivel de aceptación que tendría una Pymes Organizadora de Eventos en el cantón de Moravia, también determinar los competidores, como el cliente califica el servicio recibido, y estadísticas necesarias para poder efectuar correctas proyecciones dentro del plan de gestión.

1- Género:

Masculino

Femenino

2- Rango de edad:

18-25 años

36-40 años

26-30 años

41-45 años

31-35 años

Mayor de 46 años

3- Indique a que sector corresponde su empresa:

Pública

Privada

4- Indique por favor en cual rango de ingresos anuales (moneda colones) se encuentra aproximadamente su empresa:

Menos de 1 millón de colones

Mas de 10 millones de colones

Entre 1 y 5 millones de colones

Gubernamental

Entre 5 y 10 millones de colones

5- Hace cuanto se encuentra su empresa establecida en el mercado:

Menos de 1 año

Entre 3 y 5 años

Entre 1 y 3 años

Mas de 5 años

6- Cuántos colaboradores maneja su empresa:

Menos de 25

Entre 51 y 75

Entre 26 y 50

Mas de 76

7- Qué tipo de eventos corporativos realiza o requiere realizar su empresa:

Eventos Promocionales

Eventos de relaciones internas

Eventos De Carácter Informativo

Eventos de relaciones externas

Eventos De Carácter Formativos

Evento Social

8- ¿Por cuales medios busca información sobre empresas que brindan servicios de organización de eventos?

Guía Telefónica

Periódicos

Páginas Web

Revistas

Por Referidos

Otros

9- ¿Cuenta actualmente con una empresa que le brinde con frecuencia los servicios de organización de eventos?

Si

No

10- ¿Donde le gustaría que fuera su evento?

En una vivienda

En un Club

En su empresa

En un salón de eventos

Restaurante

En una finca

11- En caso de haber coordinado eventos anteriormente, ¿Cuáles son los problemas que con mayor frecuencia se han presentado en la coordinación? Y, en los casos en los cuales no haya coordinado eventos, ¿Cuáles serían los aspectos que considera que no deben fallar?

Atraso en la entrega del diseño

Falta de coordinación

Servicio deficiente

Falta de servicio en temporadas pico

Precios muy elevados

Eventos no se adaptan a lo contratado

12- ¿Cuáles son las épocas de mayor criticidad a la hora de requerir coordinar una actividad?

Temporada de vacaciones

Día del padre

Navidad

Día de la madre

Fin de año

Otros

13- ¿Está conforme con los costos que maneja su organizadora de eventos versus el presupuesto y la calidad del servicio?

Definitivamente si

Probablemente no

Probablemente si

Definitivamente no

Indeciso

14- ¿Cuáles son los factores por los cuales contrataría a otra empresa para que organice sus eventos? Puede marcar más de una opción.

Creatividad

Tiempos de respuesta

Variedad

Calidad en el servicio

Precio

Otros

Disponibilidad

15- ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año o que estima que podría realizar?

Menos de 5

Entre 11 y 15

Entre 6 y 10

Mas de 15

16- ¿Cuánto hace que usted contrato un evento?

3 meses

9 meses

6 Meses

Mas de 1 año

17- ¿Le han gustado las fiestas y/o eventos a los que ha asistido últimamente?

Si

No

18- Cree usted que las empresas que realizan eventos ofrecen buenos productos y servicios:

Si

No

19- Le parecen interesantes y variadas las decoraciones de los eventos a los que ha asistido:

Si

No

20- ¿En qué meses del año con frecuencia organiza o proyecta organizar eventos? Puede marcar más de una opción.

Enero

Julio

Febrero

Agosto

Marzo

Setiembre

Abril

Octubre

Mayo

Noviembre

Junio

Diciembre

21- ¿Estaría dispuesto a contratar una nueva empresa organizadora de eventos?

Definitivamente si

Probablemente no

Probablemente si

Definitivamente no

Indeciso

22- El concepto de Organización de Eventos con que lo identifica:

Extraño

Innesesario

Costoso

Indiferente

Innovador

23- ¿Le gustan las fiestas y/o eventos sociales

Si

No

24- ¿Cómo califica los servicios recibidos en la organización de sus eventos, por parte de la(s) empresa(s) contratada(s) por usted?

Excelente

Regular

Bueno

Malo

Normal

DECLARACION D. 140 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO UNICO TRIBUTARIO

I. Identificación del Contribuyente				01	DOCUMENTO NUMERO	
04	Número de cédula, DIMEX o NIT ➤					
06	Apellidos y nombre (persona física) ➤ Razón social (persona jurídica)					
II. Domicilio Fiscal (ver instructivo)						
07	N° de casa u oficina	08	Calle y Avenida	09	Barrio	
10	Otras señas:				14	Número(s) de teléfono(s)
11	Provincia	12	Cantón	13	Distrito	
15	Número de fax					
16	Apartado postal	17	Código postal	19	Correo electrónico	
III. Datos de la actividad económica a realizar (Para registrar más de una actividad económica, sucursales, agencias, etc, adjunte la hoja detalle respectiva)						
Descripción de la actividad económica que va a realizar:						
24	Código de la actividad económica (para uso exclusivo de la Administración Tributaria)	25	Fecha de inicio de actividades Día: Mes: Año:	27	Nombre comercial o de fantasía del negocio	
IV. Domicilio exacto del negocio o lugar donde realiza la actividad económica						
Si el lugar donde realiza la actividad económica o del negocio es igual al domicilio fiscal (Cuadro I.), marque esta casilla con una "X" <input type="checkbox"/>						
28	N° de casa u oficina	29	Calle y avenida	30	Barrio	
31	Otras señas:				35	Número(s) de teléfono(s)
32	Provincia	33	Cantón	34	Distrito	
36	Número de Fax					
V. Información del representante legal (En caso de más representantes, adjunte la hoja detalle respectiva)						
Representante 1						
Número de cédula, DIMEX o NIT ➤			Apellidos y Nombre			
Provincia		Cantón	Distrito	Número de teléfono		
Otras señas				Número de fax		
Apartado postal		Código postal	Correo Electrónico:			
Representación: Conjunta <input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/>			Poder con que actúa			
Representante 2						
Número de cédula, DIMEX o NIT ➤			Apellido y Nombre			
N° de casa u oficina		Calle y avenida	Barrio			
Otras señas				Número de teléfono		
Provincia		Cantón	Distrito	Número de Fax		
Apartado postal		Código postal	Correo Electrónico:			
Representación: Conjunta <input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/>			Poder con que actúa			
VI. Información de apoderado(s) (En caso de más apoderados, adjunte la hoja detalle respectiva)						
Número de cédula, DIMEX o NIT ➤			Apellidos y Nombre			
Provincia		Cantón	Distrito	Número de teléfono		
Otras señas				Número de fax		
Apartado postal		Código postal	Correo Electrónico:			
Poder con que actúa						
Para uso exclusivo de la Administración Tributaria				88	Fecha de recepción	
IX. Obligaciones Tributarias o Impuestos		Inscripción		Firma del funcionario y sello		
Impuesto sobre las ventas						
Contribuyente sistema tradicional		54	<input type="checkbox"/>			
Declarante y/o exento		62	<input type="checkbox"/>			
Impuesto sobre la Renta						
Contribuyente		65	<input type="checkbox"/>			
Declarante y/o exento		69	<input type="checkbox"/>			
Régimen de Tributación Simplificada						
Impuesto sobre las ventas		60	<input type="checkbox"/>			
Impuesto sobre la renta		67	<input type="checkbox"/>			
Otros impuestos o registros:						

Nuestros servicios son gratuitos



INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS
SEGURO OBLIGATORIO DE RIESGOS DEL TRABAJO
SOLICITUD DE SEGURO

Póliza N°

REGISTRO	Este documento solo constituye una solicitud de seguro y no representa garantía alguna de que la misma será aceptada por el INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS, ni de que en caso de aceptarse, dicha aceptación concuerde con los términos solicitados en ella.			
	1. Fecha y hora:		2. Lugar:	
	Día:	Mes:	Año:	Hora:
3. Tipo de trámite solicitado: <input type="checkbox"/> Emisión <input type="checkbox"/> Rehabilitación				

DATOS DEL TOMADOR DEL SEGURO	4. Tipo de identificación: <input type="checkbox"/> Cédula Jurídica <input type="checkbox"/> Cédula Física <input type="checkbox"/> DIMEX / DIDI <input type="checkbox"/> Pasaporte			
	5. Número de identificación:		6. Nacionalidad:	
	7. Nombre o Razón Social:			
	8. Fecha de nacimiento o constitución de la sociedad):		9. Genero:	
	Día:	Mes:	Año:	<input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> No aplica
	10. Profesión u Ocupación:			
	11. Domicilio físico (por señas):			
	12. Provincia:		13. Cantón:	14. Distrito:
	15. Apartado postal:		16. Fax o Facsímil:	
	17. Teléfonos:			
Celular:		Domicilio:	Oficina:	
18. Correo electrónico:				
19. Señale el medio por el cual desea recibir notificaciones del Seguro Obligatorio de Riesgos de Trabajo: <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Fax o Facsímil <input type="checkbox"/> Apartado postal <input type="checkbox"/> Domicilio físico				

MODALIDAD DEL SEGURO	20. Seleccione la modalidad de seguro que desea suscribir (marque solo una opción):		
	SEGUROS DE PERIODO CORTO (Estos seguros tienen una vigencia menor a un año)		
	<input type="checkbox"/> RT-Construcción:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores del Tomador, que laboran en la construcción. Solo la puede suscribir personas que no se dedican a la actividad de construcción.	
	<input type="checkbox"/> RT-Cosechas:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores del Tomador, que realizan labores de recolección de cosechas en épocas específicas del año.	
	<input type="checkbox"/> RT-General:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores del Tomador. No aplica para asegurar a los trabajadores de las construcciones.	
	SEGUROS PERMANENTES (Estos seguros tienen una vigencia igual o mayor a un año)		
	<input type="checkbox"/> RT-Adolescente:	Exclusivo para asegurar al Tomador del seguro que trabaja de forma independiente. El Tomador debe ser una persona física mayor de 15 años y menor 18 años.	
	<input type="checkbox"/> RT-Agrícola:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores agrícolas (máximo 10 trabajadores) que laboran en la finca agrícola del Tomador.	
	<input type="checkbox"/> RT-General:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores del Tomador.	
	<input type="checkbox"/> RT-Hogar:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores de servicio doméstico (máximo 2 trabajadores) que laboran en la casa de habitación del Tomador. El Tomador debe ser una persona física.	
<input type="checkbox"/> RT-Independiente:	Exclusivo para asegurar al Tomador del seguro que trabaja de forma independiente. El Tomador debe ser una persona física y debe estar inscrito como contribuyente en el Ministerio de Hacienda.		
<input type="checkbox"/> RT-Ocasional:	Exclusivo para asegurar a los trabajadores contratados por el Tomador para labores de mantenimiento doméstico ocasional en la casa de habitación o terreno del Tomador. Máximo 40 horas-hombre de trabajo por mes. El Tomador debe ser una persona física.		
<input type="checkbox"/> RT-Patrono-Asegurado:	Exclusivo para asegurar al Tomador del seguro y a sus trabajadores. El Tomador debe ser una persona física y debe estar inscrito como contribuyente en el Ministerio de Hacienda.		

Instituto Nacional de Seguros / Dirección Oficinas Centrales: Calles 9 y 9 Bis, avenida 7, San José / Apdo. Postal 10061-1000
Central telefónica 2287-6000 / Fax: 2243-7062 / Consultas: contactenos@ins-cr.com / Defensoría del Cliente: defensoriadcliente@ins-cr.com
Consulte nuestra página Web: www.ins-cr.com



INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS
SEGURO OBLIGATORIO DE RIESGOS DEL TRABAJO
PLANILLA DE EMISIÓN

Póliza N°

	TI (1)	N° IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	TJ (2)	SALARIO MENSUAL	OCUPACIÓN
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
TOTAL DE TRABAJADORES				TOTAL DE SALARIOS:				

Codificación:

(1) Tipos de Identificación (TI): CN = Cedula Nacional, DU = DIMEX, NP = Número de Pasaporte, NT = Permiso de Trabajo

(2) Tipos de Jornada (TJ): TC = Tiempo Completo, TM = Tiempo Medio, OD = Ocasional contratado por días, OH = Ocasional contratado por horas

Declaro que la información aquí contenida es verídica, es completa y forma la base sobre la cual se fundamenta el Instituto para emitir el seguro que solicito. Convengo que cualquier omisión o información falsa o inexacta puede causar el rechazo de cualquier reclamación y la nulidad del contrato. Asimismo entiendo que la falsedad u omisión de cualquier información podría resultar en un intento de fraude contra el Instituto.

Firma del Tomador del Seguro o Representante

Nombre completo, identificación y puesto del Representante
(solo para personas jurídicas)



Caja Costarricense de Seguro Social

Dirección Inspección

Área de Gestión Técnica

Subárea de Plataforma de Servicios

Telfs: 2522-3013, 2522-3015 ó 2522-3017

Solicitud de Inscripción / Reanudación Patronal en la Caja Costarricense de Seguro Social PATRONO PERSONA JURÍDICA

Fecha: _____

Señores
Subárea de Plataforma de Servicios
Área de Gestión Técnica
Dirección de Inspección
Caja Costarricense de Seguro Social
Presente

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: _____ La dirección para recibir la planilla es

Localización (anotar número que indica el recibo de electricidad) _____

Los trabajadores que laboran al servicio de la sociedad son (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):

Nombre Completo	Nº de Identificación	Fecha de Ingreso al trabajo	Ocupación	Salario	Horario

Si lo requiere puede adjuntar otras hojas a esta solicitud.

Nombre y firma del Representante Legal _____

Número de Identificación _____ Tel. Habitación y celular _____ / _____

Domicilio del Representante Legal _____

NOTA: El trámite debe realizarlo el Representante Legal del patrono o autorizar a otra persona mediante
nota. El autorizado debe aportar copia del documento de identificación.

SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO
(FORMULARIO UNIFICADO)

A: INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO:
(No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde, libre de tachaduras).

1	MOTIVO DE PRESENTACIÓN:	2	GRUPO DE RIESGO:			3	CÓDIGO CIU	4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO PRINCIPAL :
	1 ERA VEZ		A	B	C				ACCESORIA (S):
	RENOVACION								
5	NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:								
6	PROVINCIA:	7	CANTON:			8	DISTRITO:		
9	DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (OTRAS SEÑAS ESPECÍFICAS):								
10	TELÉFONO:	11	Nº DE FAX PARA NOTIFICACIONES:	12	APDO. POSTAL:	13	CORREO ELECTRÓNICO:		
14	NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:					15	CÉDULA DE IDENTIDAD O JURÍDICA:		
16	LUGAR DE NOTIFICACIÓN PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO EMPRESA O NEGOCIO :								
17	TELÉFONO	18	Nº DE FAX PARA NOTIFICACIONES:	19	APDO. POSTAL:	20	CORREO ELECTRÓNICO:		
21	RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO			22	CÉDULA JURÍDICA				
23	NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE, O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:					24	CEDULA DE IDENTIDAD		
25	LUGAR DE NOTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:								
26	TELÉFONO	27	Nº DE FAX PARA NOTIFICACIONES:	28	APDO. POSTAL:	29	CORREO ELECTRÓNICO:		
30	Nº TOTAL DE EMPLEADOS:	31	Nº HOMBRES:	Nº MUJERES:		32	No. TOTAL DE CLIENTES U OCUPANTES:		
33	HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):			34	HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:				
35	AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS :								
36	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : (Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario)								
37	GENERA DESECHOS PELIGROSOS: () SI () NO		CANTIDAD POR MES :						

B: INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y AFINES:

38	NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE SERVICIOS DE SALUD O AFINES):					39	No. CEDULA:	
40	LUGAR DE NOTIFICACION RESPONSABLE TÉCNICO:							
41	TELÉFONO:	42	Nº FAX PARA NOTIFICACIONES:	43	APDO. POSTAL:	44	CORREO ELECTRÓNICO:	
45	PROFESIÓN DEL RESPONSABLE TÉCNICO:	46	ESPECIALIDAD DEL RESPONSABLE TÉCNICO:			47	REGISTRO DEL COLEGIO PROFESIONAL:	
48	Nº PERSONAL PROFESIONAL:			49	Nº PERSONAL TÉCNICO			
50	FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O AFINES):							
51	FIRMA DEL PROPIETARIO DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:				AUTENTICACION:			

C: LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD (Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).

52	FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:	53	NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD				
54	SELLO			55	Nº DE SOLICITUD		

D. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD

- DECLARACIÓN JURADA ()
- COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ()
- COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD ()
- CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA Y CÉDULA JURÍDICAS VIGENTES ()
- LISTADO DEL PERSONAL PROFESIONAL Y TÉCNICO EN CIENCIAS DE LA SALUD Y AFINES A LA SALUD ()

**INSTRUCTIVO PARA LLENAR LA SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE
FUNCIONAMIENTO (PSF)**
INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO PARA EL CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE
FUNCIONAMIENTO:

Casilla N° 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 ha un mes de su vencimiento.
Casilla N° 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 <i>Tabla de clasificación de establecimientos y actividades según riesgo sanitario ambiental y Anexo 2 del presente Reglamento</i>).
Casilla N° 3 Código CIU:	Anotar el número de código que la "clasificación industrial internacional uniforme" asigna a su actividad, usando como referencia el anexo 1 y 2 del presente Reglamento.
Casilla N° 4 Tipo de actividad:	Anotar el tipo de actividad principal (aquella actividad que se considera de mayor riesgo sanitario o ambiental según se señala en los Anexos Nos. 1 y 2 del presente Reglamento) que desarrolla dentro de su establecimiento. En caso 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 N° 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 N° 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 N° 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 N° 10, 11, 12, 13:	Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casilla N° 14 nombre de la persona física o jurídica propietaria de la actividad o establecimiento.	En caso de ser persona física debe anotar forma legible el nombre y apellidos del propietario de la empresa o negocio que solicita el PSF, si es persona jurídica indicar el nombre y apellidos del representante legal.
Casilla N° 15: cedula de identidad o jurídica:	Anotar el número de cédula de identidad según sea el caso. Los extranjeros que no cuenten con cédula, podrán utilizar el N° de pasaporte o permiso de residencia vigente.
Casilla N° 16: Lugar de notificación persona física o jurídica propietaria del establecimiento, empresa o negocio	Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente a la persona física o jurídica propietaria de la actividad o establecimientos.
Casillas N° 17, 18, 19, 20:	Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casillas N° 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 N° 23 y 24 Nombre del propietario del inmueble o su representante legal	Anotar el nombre y apellidos, del propietario del inmueble o su representante legal en caso de persona jurídica y su N° de cédula de identidad.
Casillas N° 25: Lugar de notificación del propietario del inmueble o su representante legal	Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al propietario del inmueble o su representante legal.
Casillas N° 26,27,28 y 29:	Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casillas N° 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 N° 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 N° 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 N° 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 N° 35 Área de trabajo en metros cuadrados :	Anotar el tamaño en metros cuadrados del local o establecimiento.
Casillas N° 36 Descripción de los servicios ofertados	Describir en forma detallada la oferta de servicios que prestará el establecimiento si el espacio no es suficiente puede hacerlo en hojas adicionales, poner sobre todo lo referente a procesos o procedimientos.
Casillas N° 37 Genera desechos peligrosos	Indicar si se generan desechos peligrosos producto del funcionamiento de la empresa o la actividad. En este caso debe contar con un Plan de Manejo de Desechos de acuerdo a lo establecido en este Reglamento.
Casilla N° 38 Nombre del responsable técnico (en caso de servicios de salud o afines)	Se llenará únicamente cuando el establecimiento cuente con un director (ra) diferente al propietario. La persona cuyo nombre está esta Casilla debe aportar fotocopia del título profesional y certificación del colegio profesional respectivo. Es la persona autorizada para ejercer, en razón de su profesión, la dirección técnica o científica del establecimiento.
Casilla no. 39 Número de cédula del responsable técnico	Anotar el número de cédula de identidad del responsable técnico, los extranjeros que no cuenten con cédula, podrán utilizar el N° de pasaporte o permiso de residencia vigente.
Casillas de la N° 40 Lugar de notificación del Responsable Técnico	Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al Responsable Técnico.
Casilla N° 41, 42, 43 y 44	Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten.
Casilla N° 45 Profesión del Responsable Técnico	Debe anotar claramente la profesión acorde a la oferta en los servicios.
Casilla N° 46 Especialidad del Responsable Técnico	Se llena solamente cuando el responsable técnico posee alguna especialidad académica de acuerdo con los servicios ofertados.
Casilla N° 47 Registro del Colegio Profesional	Se debe anotar el número de código bajo el cual está Registrado el Colegio Profesional Correspondiente
Casillas N° 48 y 49 Número de personal profesional y técnico	Se debe anotar el número de personal profesional y el número del personal técnico.
Casilla N° 50 Firma del responsable técnico	En este espacio se debe consignar la firma del Responsable técnico solo en casos en que sea diferente al Propietario de la Actividad o Establecimiento.
Casilla N° 51 Firma del Propietario de la actividad o establecimiento	En este espacio se debe consignar la firma del Propietario de la actividad o establecimiento. En caso de que no sea el propietario 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.

Yo: _____ con domicilio en Distrito _____ Cantón _____
Provincia _____ Calle/Avenida _____ u Otras señas: _____

Cédula Identidad o de residencia N° _____ En mi carácter de: () Representante legal o Apoderado
() Propietario () Inquilino () Otro (Especifique): _____ del establecimiento
denominado: _____, cuyas actividades que se realizan son: _____

Dirección del establecimiento: _____, cuya razón social
es: _____ con Cédula Jurídica N° _____, solicito 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, trabajador independiente o en ambas modalidades dentro de los ocho días al inicio de la actividad. Asimismo
declaro estar al día en el pago de mis obligaciones con esa institución.

Tercero bis. —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), y sus reformas.

Cuarto.—Que de conformidad con lo establecido en el Reglamento General para Autorizaciones y de 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:

1- Resolución Municipal de Ubicación N° _____ otorgada por la Municipalidad de _____, emitida
el día _____ del mes de _____ del año _____.

2- Contrato N° _____ asignado por el Colegio de Ingenieros y Arquitectos a los planos constructivos.

3- Viabilidad (licencia) Ambiental N° _____ emitida por la SETENA, el día _____ del mes de _____ del año _____.

4- Oficio N° _____ de nota emitida por el Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario indicando que acepta
el volumen y la calidad físico química de las aguas residuales del establecimiento que serán vertidas en el alcantarillado
sanitario, otorgada el día _____ del mes de _____ del año _____.

5- 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 _____.

6- Mi empresa se encuentra inscrita en el Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC), como micro,
pequeña o mediana empresa: _____ SI _____ NO.

7- Concesión de aprovechamiento del agua otorgada por la Dirección de Agua del MINAE, Resolución N° _____, Fecha de emisión _____ Vigencia _____ según Decreto Ejecutivo N°.32868-MINAE del 24 de agosto del 2005 "Reglamento de canon por concepto de aprovechamiento de agua".

8- Certificado de regencia profesional vigente otorgada por el Colegio Profesional correspondiente:

9- Certificado de operación del establecimiento vigente extendida por el Colegio Profesional correspondiente:

_____.

10- Permiso de funcionamiento para calderas vigente extendida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social:

11- Resolución N° _____ de la DPAH autorizando la utilización de la fuente de emisiones de radiaciones ionizantes.

Además declaro que la actividad para la cual solicito el PSF, cumple con los requisitos señalados para la solicitud del trámite por primera vez del PSF según el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud, manteniendo las mismas condiciones en que fue otorgado dicho permiso para lo cual declaro y aporto lo siguiente:

Quinto.—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.

Sexto.—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, y soy conocedor de que si la autoridad de salud 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, suspenderá o cancelará el PSF. Es todo.

Firmo en _____ a las _____ horas del día _____ del mes de _____ del año _____.

Firma: _____

Es auténtica: _____

INSTRUCCIONES

- En caso de persona física que realice el trámite personalmente se debe adjuntar fotocopia de la cédula de identidad del titular, además de la respectiva autorización.
- Si el trámite es realizado por un tercero, debe adjuntar copia de la cédula de identidad certificada del titular, acompañada de la respectiva autorización.
- Solamente podrá rendir la declaración jurada quien tenga poder suficiente para dicho acto.



MUNICIPALIDAD DE MORAVIA

Fórmula:
F-003

PLATAFORMA DE SERVICIOS

Consecutivo

plataforma@moravia.go.cr Teléfono: 2241-3675

REQUISITOS LICENCIAS COMERCIALES

2

DOMICILIADA

A, B, C, D

G E, I, L H

2

NO DOMICILIADA

A, B, H

2

LICORES

A, B, I, J, K

2

CAMBIO DE NOMBRE

A, F, G, L, H

3

CAMBIO DE DIRECCION

A, B, C, D

E, F, L

3

RENOVACION

B, F

3

AMPLIACION DE ACTIVIDAD

A, B, D, E, F

3

RETIRO DE PATENTE

A, F, N

3

PERMISOS OCASIONALES Y ESPECTACULOS PUBLICOS

A, M, O, Q

- A) Copia cédula (gestionante).
- B) Copia permiso sanitario de funcionamiento (Ministerio de Salud).
- C) Copia contrato de alquiler (cuando corresponda).
- D) Cumplir requisitos de ley 7600 (ver documento adjunto).
- E) Certificado de uso de suelo.
- F) Devolución título anterior (en caso de cambio nombre o retiro).
- G) Certificación Caja Costarricense Seguro Social del solicitante (al día).
- H) Original y copia del INS al día (Riesgos Laborales).
- I) Certificación literal donde indique composición y distribución del capital social (sólo personas jurídicas). Esta certificación deberá ser renovada cada dos años en el mes de Octubre.
- J) En caso de licencia tipo C, aportar declaración jurada protocolizada.¹
- K) Licencia tipo E, aportar original y copia declaratoria turística del ICT.
- L) Declaración Jurada de Rótulos (ver documento adjunto).
- M) Solicitud de Permiso Ocasional indicando el tipo de actividad a realizar, horario, lugar específico donde se realizará y si habrá ventas de comida y música.
- N) Solicitud de retiro de Patente indicando el tipo de patente, ubicación específica donde se dejará de realizar la actividad.
- O) De tratarse de actividad de concentración masiva de personas, presentar:
 - Plan de contingencia.
 - Póliza del INS.
 - Certificación Caja Costarricense Seguro Social (al día).
 - Nota de la Policía Proximidad de Moravia indicando que está enterada de la actividad, con el aval de cooperación.
 - Nota del Comité de la Cruz Roja de Moravia indicando que está enterada de la actividad, con el aval de cooperación.
 - Permiso sanitario emitido por el Ministerio de Salud, en caso de venta de comida en la actividad.
 - Depósito de Garantía, cuando corresponda.
- P) Presentar las entradas de acceso a la actividad, puestas en venta (en los casos que corresponda).
- Q) Presentar entradas no vendidas y reporte de entradas vendidas, dentro de los tres días posteriores a la actividad (en los casos que corresponda).

NOTAS:

1. Debe indicar que el establecimiento donde se pretende explotar la licencia, se encuentra debidamente equipado (cocina, mesas, sillas, vajilla, cubertería, etc.). Además, deberá indicar que el local comercial cuenta con un menú de comidas de al menos diez opciones alimenticias disponibles para el público, durante todo el período de funcionamiento del mismo.
2. Para consultar los tipos y categorías de patentes deberá visitar el sitio web <http://www.moravia.go.cr/index.php/documentos/category/19-documentos-municipales-html>



MUNICIPALIDAD DE MORAVIA

PLATAFORMA DE SERVICIOS

Fórmula:
F-001

Consecutivo

plataforma@moravia.go.cr Teléfono: 2241-3675

REQUISITOS GENERALES

Fecha inicio trámite: _____

Nombre solicitante: _____ Cédula: _____

Nombre propietario: _____

(En caso de más de un propietario, favor aportar copias de la cédula y firmas al final de este documento.)

Nº Cédula: _____ () Aportada () En Expediente

Correo electrónico: _____

Nº Teléfono (celular): _____ Otro: _____

Personería Jurídica: () Aportada () En Expediente

Albacea (según corresponda) Poder especial (en caso de no ser el interesado)

*Sello de
IMPUESTOS AL DÍA
del Solicitante
y/o Propietario(s).*

Firma Solicitante / Propietario

Nombre funcionario que recibe

ESPACIO PARA ANOTAR MAS DE UN PROPIETARIO *(Anexar hoja adicional sellada por la Plataforma, si faltasen)*

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____

Nombre: _____ Nº Cédula: _____ Firma _____