

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Administración con Énfasis en Banca y
Finanzas

Tesis para optar por el grado académico de
Licenciatura

Análisis de Viabilidad para la apertura de una
Venta de Repuestos Para Automóviles en el
Paseo de las Flores durante el primer semestre
de 2017

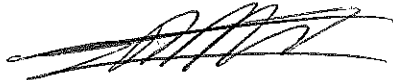
Jorge Vargas Molina

Tutor: Lic. Noel Henríquez García
Heredia, Costa Rica

Mayo, 2017

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **Jorge Vargas Molina**, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número **401880533** egresado de la carrera de Administración con Énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciado en Administración con Énfasis en Banca y Finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: **Análisis de Viabilidad para la apertura de una Venta de Repuestos Para Automóviles en el Paseo de las Flores durante el primer semestre de 2017**, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de Heredia, a los quince días del mes de junio del año dos mil diecisiete.



Firma del estudiante
Cédula 401880533

CARTA DEL TUTOR

CARTA DEL TUTOR

Heredia 22 de mayo de 2017.

Srs. Universidad Hispanoamericana
Carrera Administración de Negocios

Estimados señores:

El estudiante Jorge Vargas Molina, cédula 401880533, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "Análisis de viabilidad para la apertura de una venta de repuestos para automóviles en el Paseo de las Flores durante el primer semestre de 2017", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas.

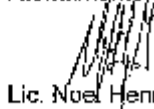
En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y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

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

a)	Original del tema	10%	10%
b)	Cumplimiento de entrega de avances	20%	20%
c)	Coherencia entre los objetivos, los instrumentos aplicados y los resultados de la investigación	30%	30%
d)	Relevancia de las conclusiones y recomendaciones	20%	20%
e)	Calidad, detalle del marco teórico.	20%	20%
	Total		100%

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

Atentamente



Lic. Noel Henriquez García.

Cédula. 800730275.

Carné GPCEGR. 9641.

CARTA DE APROBACION Y REVISION DE LA LECTORA

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
SEDE Heredia

CONSTANCIA LECTORA METODOLOGICA

Yo, Maritza Castellón Alvarado, en mi condición de lectora metodológica, dejo constancia que la tesis para optar por el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas, presentada por el estudiante Jorge Vargas Molina céd 4-0188-0533, titulada "Análisis de Viabilidad para la apertura de una Venta de Repuestos Para Automóviles en el Paseo de las Flores durante el primer semestre de 2017", cumple los requisitos de forma y fondo solicitados por la Universidad Hispanoamericana.

En mi calidad de lectora metodológica, he verificado que se han hecho las correcciones indicada durante el proceso de la lectura anterior.

Se extiende la presente en la Ciudad de Heredia, el día 14 de junio del 2017.

Atentamente,



Maritza Castellón Alvarado
Lectora Metodológica
Cédula identidad N. 1-0862-0937

CARTA DE REVISIÓN DEL FILÓLOGO

San José, 8 de junio del 2017.

**SEÑORES
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

Estimados señores:

Hago constar que he revisado el trabajo de **TESIS** del estudiante **JORGE VARGAS MOLINA**, denominado **ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA VENTA DE REPUESTOS PARA AUTOMÓVILES EN EL PASEO DE LAS FLORES DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2017**, para optar por el grado académico de **LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFAIS EN BANCA Y FINANZAS**.

He revisado errores gramaticales, de puntuación, ortográficos y de estilo que se manifiestan en el documento escrito, y verificado que estos fueron corregidos por el autor.

Con base en lo anterior, se considera que dicho trabajo cumple con los requisitos establecidos por la **UNIVERSIDAD** para ser presentado como requerimiento final de graduación.

Atentamente,


Dr. Bolívar Bolaños Calvo

Carné: 2 949

Colegio de Licenciados y Profesores

2-279-320

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, quiero agradecer a Dios que me dio las herramientas necesarias para poder concluir satisfactoriamente el presente trabajo de investigación y que ha permitido el fortalecimiento, repaso y puesta en práctica de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de toda la carrera universitaria.

Al mismo tiempo, agradezco a mi familia por haber sacrificado conmigo tiempo de compartir para poder hacer de este trabajo de investigación una realidad, así como por todo el apoyo brindado desde el inicio de la carrera hasta sus instancias finales.

De la misma manera, agradezco a todos los profesores que fueron parte de este proceso académico y que con su dedicación y pasión por la docencia me acompañaron todo este tiempo y permearon todo su conocimiento.

Tabla de Contenidos

DECLARACIÓN JURADA	II
CARTA DEL TUTOR	III
CARTA DEL LECTOR	IV
CARTA DEL FILÓLOGO	V
AGRADECIMIENTO	VI
TABLA DE IMÁGENES	XI
TABLA DE CUADROS	XII
TABLA DE GRÁFICOS	XIII
INTRODUCCIÓN.....	14
TEMA	16
TÍTULO.....	16
CAPITULO I.....	17
PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN	17
1.1 ANTECEDENTES DEL COMERCIO DE VENTA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULO.....	18
1.2 PROBLEMATIZACIÓN.....	20
1.3 JUSTIFICACIÓN.	22
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	25
1.5 OBJETIVOS.	25
1.5.1 OBJETIVO GENERAL:	25
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	25
1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES.	26
1.6.1 ALCANCES:.....	26
1.6.2 LIMITACIONES:.....	27
CAPITULO II.....	29
MARCO TEÓRICO.....	29
2. MARCO TEÓRICO.....	30
2.1 PLANIFICACIÓN.....	30
2.2 ANÁLISIS DE PROYECTO DE INVERSIÓN.	32
2.3 Valor Actual Neto	34
2.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)	35
2.5 Flujo de Efectivo.....	37

2.6	Flujo de Efectivo Descontado.....	38
2.7	Tasa de Descuento.....	38
2.8	Rentabilidad.....	39
2.9	Servicio al Cliente.....	39
2.10	Oferta.....	41
2.11	Demanda.....	41
2.12	Oportunidad de Mercado.....	42
2.13	Amenazas de Mercado.....	43
2.14	Clientes Potenciales.....	43
2.15	Satisfacción del cliente.....	44
2.16	Estructura Administrativa.....	44
2.17	Capital Humano.....	45
2.18	Proyecto.....	45
2.19	Trámites Legales.....	46
2.20	Proveedores.....	46
2.21	Entorno Comercial.....	47
2.22	Factores Externos.....	48
3.	HIPÓTESIS.....	51
3.1	OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	51
CAPITULO III.....		53
MARCO METODOLÓGICO.....		53
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	54
3.2.1	Finalidad.....	54
3.2.2	Alcance Temporal.....	54
3.2.3	Marco.....	54
3.2.4	Diseño de la Investigación.....	55
3.2.5	Carácter.....	55
3.2.6	Naturaleza.....	56
3.3	FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	57
3.3.1	Fuentes de Información.....	57
3.3.3	Muestreo.....	59
3.3.4	Fórmula para la muestra.....	61

3.3.5	Técnicas e Instrumentos para la Investigación.	62
CAPITULO IV		63
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		63
4.1	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
4.1.1	Estudio de Mercado.	64
4.2	Estudio Macroeconómico.	78
4.2.1	Inflación.....	78
4.2.2	Tipo de Cambio.....	79
4.3	Estudio Financiero.....	81
4.3.1	Composición de la Inversión Inicial.	81
4.3.1.1	Capital de Trabajo.....	81
4.3.1.2	Activos.	83
4.3.1.3	Costos Preoperativos.....	84
4.3.1.4	Inversión Inicial Sin Financiamiento.....	85
4.3.1.5	Inversión Inicial Con Financiamiento.	86
4.3.2	Costo de Capital Sin Financiamiento.	89
4.3.3	Costo de Capital Con Financiamiento.....	90
4.3.4	Flujos Netos de Efectivo Sin Financiamiento.	91
4.3.4.1	Escenario Optimista.....	91
4.3.4.2	Escenario Normal.	92
4.3.4.3	Escenario Pesimista.	93
4.3.5	Flujos Netos de Efectivo Con Financiamiento.....	94
4.3.5.1	Escenario Optimista.....	94
4.3.5.2	Escenario Normal.	95
4.3.5.3	Escenario Pesimista.	96
4.3.6	Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice de deseabilidad.....	97
CAPITULO V		99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		99
5.1	Conclusiones.....	100
5.2	Recomendaciones.....	104
CAPITULO VI		106
PROPUESTA		106

6.1	Misión.....	107
6.2	Visión.....	107
6.3	Valores Corporativos.....	107
6.4	Infraestructura.....	108
6.4.1	Ubicación Física.....	108
6.4.2	Características del Local Requerido.....	111
6.4.3	Comparativo de Locales Disponibles.....	111
6.4.4	Distribución Estimada del Local.....	113
6.4.5	Mobiliario y Equipo.....	114
6.4.6	Proveedores e Inventario.....	116
6.4.6.1	Proveedores.....	116
6.4.6.2	Inventario.....	118
6.5	Estructura Administrativa y Variables Legales.....	123
6.5.1	Estructura Administrativa.....	123
6.5.2	Variables Legales.....	125
	Referencias Bibliográficas.....	129

TABLA DE IMÁGENES

Imagen 1.....	33
Imagen 2.....	34
Imagen 3.....	36
Imagen 4.....	36
Imagen 5.....	40
Imagen 6.....	42
Imagen 7.....	47
Imagen 8.....	48
Imagen 9.....	61
Imagen 10.....	109
Imagen 11.....	109
Imagen 12.....	110
Imagen 13.....	113
Imagen 14.....	123

TABLA DE CUADROS

Cuadro 1.....	51
Cuadro 2.....	64
Cuadro 3.....	66
Cuadro 4.....	67
Cuadro 5.....	68
Cuadro 6.....	69
Cuadro 7.....	70
Cuadro 8.....	72
Cuadro 9.....	73
Cuadro 10.....	74
Cuadro 11.....	75
Cuadro 12.....	76
Cuadro 13.....	77
Cuadro 14.....	82
Cuadro 15.....	83
Cuadro 16.....	84
Cuadro 17.....	85
Cuadro 18.....	86
Cuadro 19.....	86
Cuadro 20.....	88
Cuadro 21.....	89
Cuadro 22.....	90
Cuadro 23.....	92
Cuadro 24.....	93
Cuadro 25.....	94
Cuadro 26.....	95
Cuadro 27.....	96
Cuadro 28.....	97
Cuadro 29.....	98
Cuadro 30.....	112
Cuadro 31.....	124
Cuadro 32.....	125

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	65
Gráfico 2	66
Gráfico 3	67
Gráfico 4	69
Gráfico 5	70
Gráfico 6	71
Gráfico 7	72
Gráfico 8	73
Gráfico 9	74
Gráfico 10	75
Gráfico 11	76
Gráfico 12	77

INTRODUCCIÓN

En Costa Rica, la comercialización de vehículos tanto nuevos como usados ha incrementado de manera significativa en la última década, lo cual obedece a una gran diversidad de factores que en su conjunto han generado mayores facilidades para quienes consideran tener vehículo propio como una necesidad.

dadas las facilidades crediticias que ofrecen las entidades financieras estatales y no estatales, los importadores de vehículos usados y otras entidades que otorgan facilidades de crédito, las familias costarricenses encuentran la posibilidad de financiarse para compra y cambio de vehículo, en los casos donde ya tenían un modelo y lo renuevan por un modelo más reciente.

Por otra parte, aunado a las facilidades en términos financieros para quienes desean adquirir vehículo, existe otro factor que permite que la curva de comercialización de vehículos se comporte de forma ascendente y es que el transporte público en su gran mayoría, no cumple con las expectativas de los usuarios, esto en términos de seguridad, comodidad, agilidad del servicio y cualidades de servicio al cliente, lo que impulsa a las personas a valorar la compra de vehículo como una opción de comodidad y confort.

Dentro de las variadas razones por las que las personas realizan la adquisición de un vehículo, no se puede dejar de mencionar que el mundo tan agitado en el que vivimos obliga a las personas a buscar comodidades adicionales, que compensen en alguna medida, ese estilo de vida tan acelerado, una opción es poder desplazarse de

una manera más ágil y rápida hacia el destino, llámese trabajo, casa, lugar de recreación o zona de compras.

En resumen, el vehículo es un medio de transporte que aunque hay diversas presiones en el país como para desestimar la posibilidad de compra de vehículo como lo son los excesivos congestionamientos vehiculares en todo el GAM, el inexplicable costo del combustible en comparación con otros países de Latinoamérica y el sistema de transporte público que no es el mejor, paradójicamente las personas siguen considerando la compra de vehículo para ser adoptado como medio de transporte.

Todo lo mencionado ha motivado e impulsado el planteamiento de una nueva alternativa de venta de repuestos para vehículo, por lo que en adelante se realiza una investigación para dar a conocer la viabilidad y posibilidades de éxito de abrir una venta de repuestos con el claro panorama de que es un nicho de mercado que tiene gran demanda.

Se conoce que existen marcas posicionadas en el mercado de los repuestos para vehículo, sin embargo las mismas presentan debilidades que son investigadas y planteadas como punto de partida para valorar una oferta competitiva y que, por consiguiente, sea rentable a la luz de la siguiente investigación y establecimiento de objetivos.

TEMA

Apertura de nueva venta de repuestos para vehículo.

TÍTULO

Análisis de Viabilidad para la apertura de una Venta de Repuestos Para Automóviles en el Paseo de las Flores durante el primer semestre de 2017.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES DEL COMERCIO DE VENTA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULO

En la actualidad, uno de los sectores o temas de la economía que son indispensables para el desarrollo del país, así como la movilidad en general de la población, es el transporte; término del cual se derivan gran cantidad y diversidad de medios, no obstante el objeto de estudio de esta investigación se concentra específicamente en los vehículos de tipo Sedán y 4 x 4.

La necesidad de transporte y el acelerado estilo de vida con el que se vive en la actualidad, da como resultado que las personas consideren alternativas de transporte que faciliten y brinden comodidad a sí mismas y, a sus familias, de forma tal que puedan cumplir con horarios y compromisos al tener su propio medio de transporte.

Sin duda alguna, el crecimiento de circulación de vehículos de diversas marcas presentado en el país en los últimos años, invita a pensar que existe una necesidad inequívoca de repuestos que tarde o temprano los usuarios de este medio de transporte van a requerir para poder reparar y habilitar su vehículo.

Se sabe que como la necesidad mencionada anteriormente es muy evidente, existe una cantidad importante de ventas de repuestos, por la alta demanda que se deriva de la elevada afluencia de automotores que están en propiedad de la población, ya sea de personas físicas como jurídicas, por lo que el satisfacer la demanda en puntos comerciales quizá no sea un problema.

No obstante, cabe mencionar dos incógnitas que se generan entorno a la oferta de repuestos que se lleva a cabo en el cantón Central de Heredia, se detallan a continuación:

¿El servicio al cliente ofrecido por los comerciantes de repuestos para vehículo en Heredia Centro, satisface las exigencias de los clientes de hoy en día? Por otra parte, cabe preguntarse si con los actuales avances tecnológicos, existe una página web y/o una aplicación de los vendedores de repuestos ubicados en Centro de Heredia que le permita a los Heredianos realizar la compra de repuestos por la página y/o una app?

Luego de haber realizado una visita virtual en las páginas web de las principales ventas de repuestos que operan en el cantón central de la provincia de Heredia, entre las cuales puede mencionarse algunas como: La Guacamaya, Repuestos Gigante, Repuestos el Trébol y Fama Autopartes, se evidencia una necesidad para los consumidores de esta zona geográfica, que, a pesar de los avances tecnológicos del momento no cuenta con un servicio web de carácter local, que les permita realizar compras de sus repuestos para vehículos por Internet, lo que le obliga a tener que desplazarse a locales comerciales físicos de venta de repuestos.

Es sabido por la mayoría de las personas que se mueven en el mundo del internet que se pueden comprar repuestos para vehículo por internet fuera del país en páginas como Amazon, la cual no sería una opción, por la urgencia con la que los compradores de repuestos requieren los mismos, por lo que comprar los repuestos e importarlos desde otro país, por el tiempo que esto demora y aunado a esto si se agrega el tema de posibles cambios de mercadería o incluso hacer efectiva una eventual garantía, esto da como resultado procesos de adquisición de repuestos que resultan más complicados y lentos para alcanzar la satisfacción del cliente en su experiencia de compra mediante una plataforma web.

1.2 PROBLEMATIZACIÓN

Una vez identificado el problema que es punto de partida para este trabajo de investigación es necesario enfocarse en otras perspectivas que muestran cómo se agrava y como este se relaciona con otros tópicos que en su conjunto conforman la sinergia del problema. Así mismo, lo anterior abre las puertas por realizar y explicar en este apartado algunas preguntas, cuyo desarrollo puede dar a conocer la importancia del planteamiento de estudiar si es viable abrir un nuevo punto comercial de venta de repuestos para vehículo.

Por lo tanto, con el propósito de dar inicio surge el primer cuestionamiento ¿Cómo percibe el cliente de las ventas de repuestos actuales, la calidad del servicio que le brindan? Sin duda esta es una pregunta, cuya respuesta puede considerarse clave y que, definitivamente, podría marcar diferencia de cara a la apertura y puesta en marcha de una nueva oferta tanto física como digital, esto por cuanto en el momento de realizar la investigación se pueden encontrar criterios muy diversos; no obstante, los estándares actuales y la expectativa de los clientes puede a su vez tener muchas similitudes en términos de lo que el cliente considera que cumple con su satisfacción.

Muy ligada a la pregunta anterior no puede omitir la interrogante de si ¿el personal que atiende en las diferentes ventas de repuestos ubicadas en la zona de estudio (Heredia Centro) es considerado por los clientes como personal calificado? Dado, quizá, la atención es amable y educada, pero no se conoce sobre el tema de los repuestos, por lo que puede generarse molestias a los clientes por entrega de repuestos equivocados que, a su vez, también generan devoluciones de mercadería y por qué no pensar, dependiendo de la gravedad o inclusive en casos de reincidencia,

en la pérdida total y definitiva del cliente, lo que, sin duda alguna, tiene un impacto muy negativo en la empresa por la publicidad negativa que se difunde mediante el boca a boca de los clientes mal atendidos, sea por temas de deficiencias en la cultura de servicio al cliente o por impericia técnica del tema puntual de los repuestos para vehículo.

Los clientes de estos tiempos son clientes que, por las facilidades que ofrece la tecnología se informan constantemente, comparan y evalúan las alternativas tan diversas que ofrece el mercado, esto lleva a la siguiente pregunta, ¿Cuál es la venta de repuestos actual que considera el cliente, le ofrece los mejores precios? La respuesta a esta pregunta, deja sembrada una nueva inquietud, la cual después de corroborar cuál es la mejor opción actual en términos de precio, es ¿cómo logra dicha venta de repuestos dar mejores precios? Sin duda alguna, esta es una cuestión para resolver durante el trabajo de campo y que determina alguna estrategia para ver de qué manera puede competir en buena medida con este punto.

¿El cliente encuentra todo lo que busca en su venta de repuestos de preferencia? Esta pregunta deja abierta la posibilidad de pensar que cuando un cliente tiene una preferencia muy marcada por una venta de repuestos específica y de un pronto a otro visita otras ofertas comerciales, podría deberse a que la tienda o local de su preferencia no le satisfizo una necesidad por causa de no contar con el inventario suficiente.

Por otra parte, enfocados en un tema que es de actualidad, y que hoy en día no puede obviarse, debe plantearse la inquietud de conocer si ¿los clientes de una determinada opción de venta de repuestos, sabe si su proveedor de repuestos tiene

página web y, a su vez, si la ha utilizado? Las respuestas a esta consulta, contribuyen a conocer ¿qué tan posicionado está en la mente del consumidor adquirir este tipo de producto por medio de una página web?, lo que al mismo tiempo va en aras de concluir la disposición que tienen los clientes de comprar por este medio y encausa los niveles de aceptación que tiene el cliente ante una oferta web que le permita comprar sus repuestos mediante la sitio virtual o inclusive una app.

Definitivamente, aunque, en la actualidad, en la zona de estudio existe una variedad importante de oferta comercial, lo que deja en evidencia que para la mayoría de clientes la distancia no es un tema, lo que sí es un hecho es que la tecnología del momento está llevando a los clientes a comprar y satisfacer sus necesidades por medio de la web y las aplicaciones, por lo que en pleno conocimiento de que algunas de estas ventas de repuestos ofrecen páginas web a sus clientes para consulta de su inventario y que en las mismas no se puede comprar por la página, cabe plantear la pregunta de ¿qué tan dispuesto está el cliente de comprar sus repuestos por la web o una app que le debite el dinero de su cuenta, mediante el uso de tarjetas en el momento de la transacción? Y ¿cuál es su expectativa en cuanto a la entrega de la mercadería comprada?

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación que se está por realizar en adelante, es de importancia para recabar información veraz y confiable que permita determinar el camino a seguir en lo referente a una estructura administrativa idónea, las implicaciones y requisitos legales, la viabilidad financiera y por su puesto las implicaciones tecnológicas y de logística para poder brindar a los clientes y visitantes del Paseo de las Flores una nueva experiencia

de compra y adquisición de los repuestos que en determinado momento van a requerir sus vehículos. Al mismo tiempo facilitar el proceso de compra y entrega de la mercadería mediante un servicio al cliente diferenciado del resto de la oferta actual, un servicio más apoyado en las herramientas tecnológicas que a hoy no se encuentran en las opciones actuales.

De acuerdo con lo anterior, puede acotarse que la importancia del tema reside en que la información que se obtenga de la investigación, contribuye a identificar las variables que forman el esquema de toma de decisiones para la puesta en marcha de esta nueva alternativa y ofrece una mejora sustancial en la forma en la que se adquieren los repuestos para vehículo, que si bien es cierto a hoy beneficia a los visitantes del Paseo de las Flores, en caso de tener éxito, podría ampliarse la zona geográfica en la que se ofrezca el servicio.

En lo que respecta a la actualidad del tema, no puede omitirse el hacer mención al crecimiento de la población vehicular en términos generales en el país, lo que, a su vez, resulta como una justificación de peso en lo referente a la pregunta de ¿qué tan actual resulta el tema que se propone como objeto de investigación? De acuerdo con el documento El Estado de la Nación (2015) “El parque automotor alcanzó la cifra de 1 399 238 vehículos, lo que representa un aumento de 5,0% entre 2013 y 2014. En quince años su tamaño se duplico, mientras que la población solo creció un 23,3%” (p.52). Lo que da un fundamento de carácter estadístico que invita a pensar que hacer este trabajo podría tener al final de la investigación un resultado positivo con un mercado potencial cuyas necesidades evolucionan al igual de que la demanda de repuestos en términos de cantidad y calidad del servicio.

A pesar de que el tipo de negocio no es novedoso del todo dado que no es la primera venta de repuestos en la provincia de Heredia, sí es novedoso el planteamiento de mejorar la oferta actual, mediante el apoyo en herramientas tecnológicas como aplicación para teléfonos inteligentes por medio de las cuales se pueda comprar así como un sitio web que también permita comprar por este medio, por medio de tarjetas de débito o crédito, esto aunado a una gestión en cuenta a logística de entrega se refiere que complementa la satisfacción del cliente con la entrega de la mercadería.

Esta investigación contribuye además como punto de partida para otros estudiantes de la Universidad Hispanoamericana que quieran investigar sobre iniciativas para abrir nuevos negocios convertirse en empresarios, de manera que todas las variables y resultados que surjan de este trabajo de investigación, les sirve para conocer cómo resolver los diversos temas que aparecen en la marcha para poder anticiparlos y tener una guía de cómo atenderlos y resolverlos. Al mismo tiempo, sirve de guía para conocer y comprender los pasos a seguir, de donde tomar el capital de trabajo inicial, que entidades están involucradas para tramitar permisos, cuál es la estructura administrativa óptima para una empresa de características similares.

Para finalizar con la justificación, este trabajo de investigación surge debido a que cuando se trabaja para un patrono en particular se genera una dependencia en la cual en caso de existir una ruptura de contrato laboral y quedar desempleado, la situación se complica, es por eso que se quiere investigar sobre la viabilidad de abrir un nuevo negocio de manera que la investigación se convierta en el insumo para hacer de este proyecto una realidad. Sin dejar de mencionar que existe intención de poder

generar nuevas fuentes de empleo, no depender siempre de un patrono y enfocar la productividad personal en un negocio propio.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

En aras de plasmar el cuestionamiento principal sobre el cual se centra este trabajo, no puede omitirse mencionar que esta investigación se realiza a clientes de las principales ventas de repuestos ubicadas en el centro de la provincia de Heredia, para el primer trimestre del año 2017, dichos clientes catalogados como población económicamente activa, cuyas edades se encuentran entre los 20 y los 60 años. La pregunta central de este trabajo de investigación es: ¿Es rentable la apertura de un local para la venta de repuestos de automóviles en el Paseo de las Flores? Se estima que una vez concluida la investigación de este trabajo, la información obtenida brinde resultados que contribuyan a determinar si la apertura de la nueva venta de repuestos para automóvil es rentable.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar la viabilidad del proyecto de apertura de una venta de repuestos para automóviles.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el comportamiento y preferencias del consumidor respecto a la decisión del lugar de compra de sus repuestos.

- Determinar la Infraestructura idónea para el inicio de la venta de repuestos en términos de espacio físico (local comercial), mobiliario y equipo.
- Identificar la estructura administrativa ideal, así como las variables legales que podría influir sobre la apertura de la nueva venta de repuestos para vehículo.
- Evaluar las variables económicas que podrían afectar la apertura de la venta de repuestos tanto positiva como negativamente.
- Identificar si el proyecto de la apertura de venta de repuestos es rentable.

1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.6.1 ALCANCES

Con respecto al enfoque de carácter mercadológico, el presente estudio generara datos suficientes producto del estudio de mercado que permiten identificar la tendencia y comportamiento de los consumidores de este sector, de forma tal que se logra comprender las preferencias y el nivel de aceptación que muestran los clientes potenciales ante la propuesta tecnológica propuesta en este estudio, y que esto, a su vez, permite proponer mejoras a la oferta y la experiencia de compra del cliente en comparación con lo que el mercado actual ofrece, lo cual sirve como un elemento diferenciador de la competencia.

Se determina la infraestructura mínima necesaria para iniciar con la nueva oferta comercial de venta de repuestos para vehículo, y se identifica el área idónea para el local, mobiliario, inventario adecuado para apertura al público, distribución interna, espacio de bodega, software de control de inventario y facturación.

Se establece el personal idóneo en términos de cantidad y aptitud, necesario para abrir operación de la venta de repuestos al público. Al mismo tiempo, se identifica cuáles son los trámites de índole legal para poder llevar a cabo la apertura de la venta de repuestos y se consideran variables como los costos en los que se incurre de cara a las entidades del estado involucradas en el otorgamiento de permisos y licencias, así como en lo referente a la parte tributaria, una vez que la operación de la venta de repuestos se encuentre en marcha.

La investigación valora y analiza las variables de carácter económico que permiten sensibilizar la toma de decisiones de inversión ante determinados escenarios que se presenten.

Se determina si el proyecto es rentable, para lo cual el análisis financiero es de suma importancia en la toma de decisión de inversión, de aquí que la delimitación de las variables ingresos y gastos se vuelvan decisivos, siendo el análisis financiero uno de los alcances de mayor relevancia en la ejecución o no, de este proyecto.

1.6.2 LIMITACIONES:

Una de las limitaciones más importantes consideradas para efecto de los resultados de las encuestas es la subjetividad con la que los consumidores perciben el servicio que el mercado de la venta de repuestos les ofrece actualmente, por lo que la calidad y los niveles de satisfacción tienen parámetros distintos entre un cliente y otro, esta situación se convierte en limitación de cara a la uniformidad de los resultados. Al mismo tiempo, la disponibilidad de los entrevistados para atender el cuestionario es un factor adicional que se transforma en una limitación, ya que las respuestas dadas con apuro no son las

que verdaderamente aportan un escenario ajustado a las condiciones reales del entorno investigado.

La información que manejan los entrevistados en términos de herramientas tecnológicas es una limitante, ya que esto influye en el resultado de la evaluación que se realiza en términos de los canales tecnológicos que ofrece el mercado de la ventas de repuestos en Heredia, lo que, a la vez, da muestras insuficientes de la percepción de los clientes en cuanto a este tema.

Dado que algunas de las encuestas, se realizan en las afueras de las ventas de repuestos actuales, el ambiente y las condiciones en cuanto a la comodidad para la aplicación de las encuestas y el clima del momento son factores que limitan la calidad de las respuestas que brindan los encuestados, se considera que esta es una limitante de peso en este estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se expone la definición teórica de conceptos y términos, los cuales conforman la base para comprender en mejor medida las partes e implicaciones que conlleva este trabajo de investigación, por lo que se brinda una explicación al lector de este trabajo, que, sin duda, sirve de guía para una comprensión más amplia y abundante.

Durante el desarrollo de todo el trabajo se emplea el uso de una cantidad importante de términos que se explican desde la perspectiva teórica, lo cual es indispensable y esencial para poder sustentar el empleo práctico de dichos términos y que, por supuesto, tienen fundamento en la definición de la teoría, al mismo tiempo esto permite darle credibilidad y veracidad al trabajo de campo que se realiza y explica más adelante.

Los conceptos que se definen a continuación desde su concepción teórica están directamente relacionados entre sí, ya que para poder determinar si el proyecto es viable, todos estos términos convergen en determinadas etapas del proyecto y de su ejecución misma, dicho de otra forma, cada concepto conforma un sistema en el que cada parte es importante para que el proyecto resulte exitoso o no.

2.1 PLANIFICACIÓN

Sin duda alguna, todo proyecto en cuyo planteamiento esté de por medio el estudio de factibilidad o viabilidad de un nuevo negocio de carácter comercial, debe estar claro de que como punto de partida, debe realizarse una planificación ordenada en la cual se consideren una cantidad de variables que serán de suma relevancia para determinar el

resultado del trabajo, que permita una saludable toma de decisiones de inversión, esto con el objetivo de salvaguardar los recursos que servirán de inversión inicial. Sapag (2008) afirma:

La planificación constituye un proceso mediador entre el futuro y el presente. Se ha señalado que el futuro es incierto, puesto que lo que ocurrirá mañana no es tan solo una consecuencia de muchas variables cambiantes, sino que fundamentalmente dependerá de la actitud que adopten los hombres en el presente, pues ellos son, en definitiva, precisamente, los que crean esas variables. (p.8).

La definición que da el autor del párrafo anterior al concepto de planificación hace referencia al papel del ser humano en la planificación de cualquier proyecto, donde sus acciones del presente pueden ser determinantes en los resultados esperados a futuro, este concepto que en principio aparenta ser muy básico y sencillo, es fundamental dado que un alto porcentaje de las probabilidades del éxito del proyecto van a depender de la ejecución de una planificación detallada y minuciosa que tenga como pilar principal la consideración de todas las variables que pueden afectar el resultado final.

Basado en lo explicado en los párrafos anteriores de este apartado, puede deducir que la planificación es una serie de acciones que buscan anticiparse o predecir ciertas situaciones que podrían presentarse en el desarrollo del proyecto, de manera que esto permita el planteamiento de escenarios de análisis que expresen las posibilidades de éxito o fracaso de proyecto ante cambios que podrían darse a futuro con respecto a las condiciones actuales del entorno a lo interno y a lo externo.

Así las cosas la planificación de un proyecto es un concepto que contiene una cantidad importante de variables que deben ser consideradas en el presente, de las cuales depende, en gran medida, que el resultado final del proyecto sea exitoso y, por tanto, el inversionista debe tomarse el tiempo para delimitar con la mayor precisión posible dichas variables, para este análisis de factibilidad se están considerando variables legales, administrativas, mercadológicas y financieras.

2.2 ANÁLISIS DE PROYECTO DE INVERSIÓN

El análisis de un proyecto de inversión es un concepto cuya definición en este apartado no puede ser omitido, dada su estrecha relación con la globalidad de un estudio de factibilidad como el que se plantea en este trabajo de investigación, así las cosas, se puede decir que este análisis tiene como objetivo principal, permitir al inversionista conocer los resultados de la información de carácter financiero que se reúne con el propósito de facilitar la toma de decisiones en cuando si se invierte o no el proyecto.

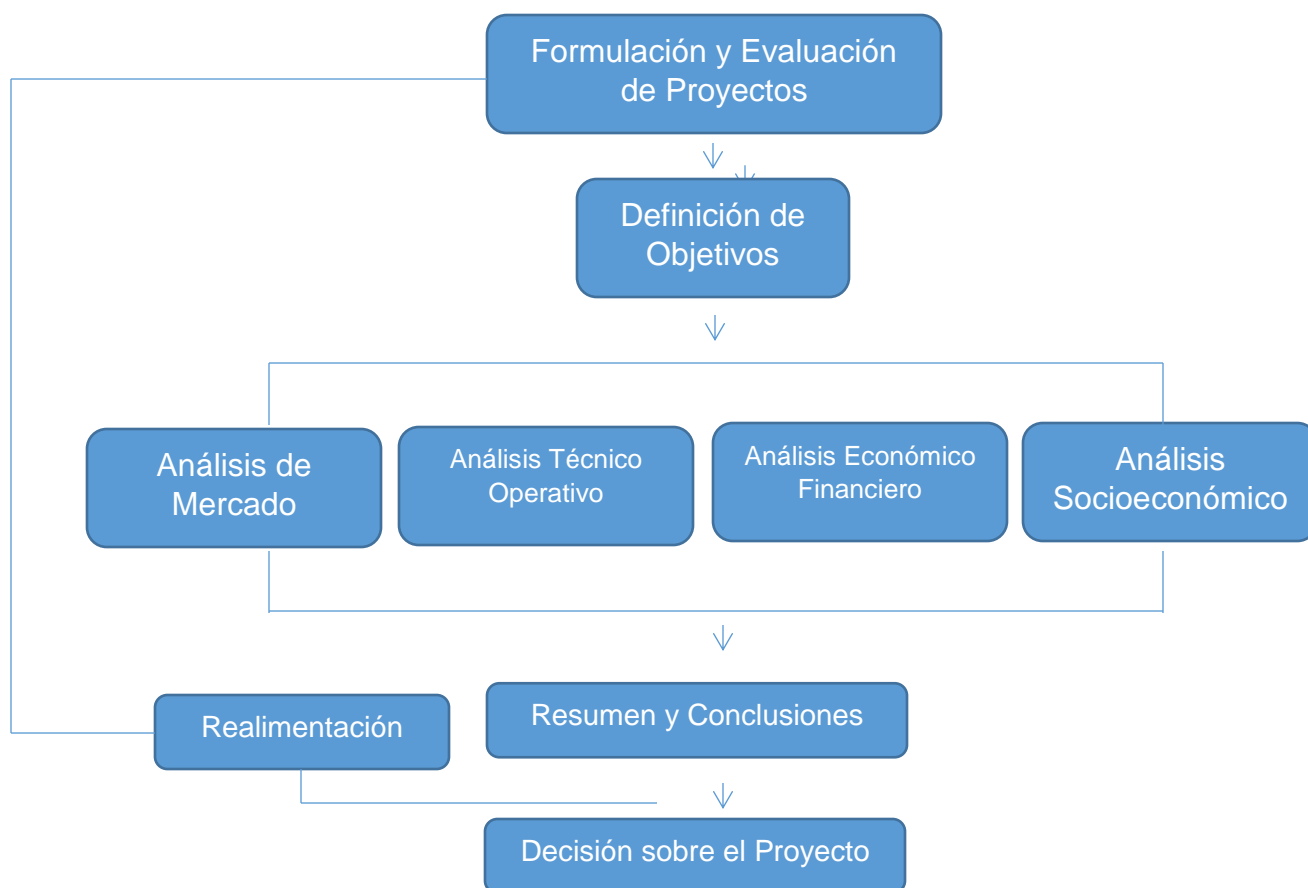
Baca (2013) define:

El proyecto de inversión como un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano y a la sociedad en general. La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer la rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad de forma eficiente, segura y rentable. Solo así es posible asignar los escasos recursos financieros a la mejor alternativa. (p.2).

Para el análisis de cualquier proyecto es de suma importancia el establecimiento y determinación de los pilares fundamentales que serán revisados en detalle, de manera que esto permita contar con una estructura que funcione como guía sobre los tópicos más importantes que deben ser analizados, tal como se aprecia en la siguiente figura:

Imagen 1

Jerarquía de la Formulación y Evaluación de Proyectos.



Fuente: (Bacca, 2013, p.4)

2.3 Valor Actual Neto

El Valor Presente Neto es un término financiero cuya aplicación en un análisis de factibilidad puede ayudar a definir si es conveniente invertir en un determinado proyecto y podría materializarse una rentabilidad aceptable para el inversionista de o si por el contrario se da una pérdida. Ross, Westerfield y Jordan (2014) definen al VPN como:

El valor de mercado de una inversión y su costo, que se abrevia VPN. En otras palabras, el valor presente neto es una medida de cuánto valor se crea o se agrega hoy al efectuar una inversión. Dado nuestro objetivo de crear valor para los accionistas, el proceso del presupuesto de capital se puede considerar como una búsqueda de inversiones con valores presentes netos positivos. (p.219).

Para poder analizar este rubro financiero se deben considerar los ingresos y gastos que tiene el proyecto de manera tentativa y, al mismo tiempo, se le aplica una tasa de descuento que sensibiliza el flujo y le da una validez mayor al resultado del análisis. Cuando el VPN es positivo el proyecto se acepta, en cuyo caso contrario se rechaza.

La Fórmula del VPN según Sapag *et al.* (2008) es la siguiente:

Imagen 2

Cálculo del Valor Presente Neto

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

Fuente: (Sapag *et al.* 2008, p.253).

Donde “BN” es el beneficio neto de cada período, “i” representa la tasa de descuento, “t” es el período correspondiente e “I₀” es la inversión inicial.

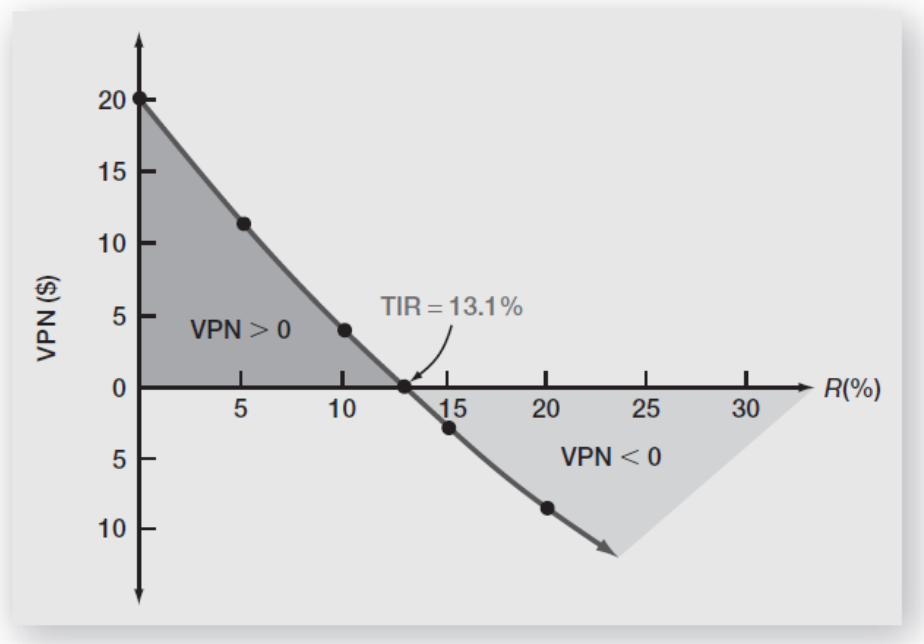
2.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

De acuerdo con Ross *et al.* (2014), una inversión es aceptable si la TIR excede el rendimiento requerido, de lo contrario debe rechazarse. (p.231). Por otra parte, La Tasa Interna de Retorno (TIR) de una inversión es el rendimiento requerido que produce un VPN de cero, cuando se usa como tasa de descuento. (p.232). La Tasa Interna de Retorno es un indicador financiero que en conjunto con el VPN, contribuye en la determinación de si un proyecto es rentable o no, donde ante un VPN de cero, se requiere que la TIR no sea mayor al rendimiento requerido por el inversionista, ya que de ser así al VPN sería negativo y tendría que rechazarse el proyecto.

Para que el proyecto sea aceptable, la tasa interna de retorno debe ser menor a la tasa de rendimiento esperado, donde el valor presente neto es positivo. Una manera gráfica de describir el comportamiento de la TIR, donde puede interpretarse si el resultado de la misma es el deseado, se aprecia en la siguiente figura.

Imagen 3

Valor Presente Neto vs Tasa Interna de Retorno.



Fuente: (Ross et al. 2014, p.233).

Por otra parte, Sapag et al. (2008), define la tasa de retorno de la siguiente manera:

“La TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual” (p.253).

Imagen 4

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Fuente: (Sapag *et al.* 2008, p.253).

De la imagen anterior, cabe aclarar que “BN” representa los flujos netos del período, la “r”, es la tasa interna de retorno y la “t” equivale al período e “I₀” es la inversión inicial.

2.5 Flujo de Efectivo

Este concepto es uno de los más importantes de cualquier ejercicio financiero, ya que su fundamento radica en conocer el movimiento que tiene el efectivo en término de ingresos y egresos, datos con los cuales puede interpretarse si el negocio es rentable y, a la vez, si la rentabilidad es la que realmente se espera o si, por el contrario, debe tomarse decisiones en aras de aumentar la rentabilidad. Dicho de una forma más sencilla: “Por flujo de efectivo tan solo quiere expresarse la diferencia entre el número de unidades monetarias que entró y la cantidad que salió” (Ross *et al.*, 2010, p.30).

Un flujo de efectivo que sea confeccionado con la precisión requerida y de forma detallada, genera un insumo en el cual se puede comprender como se comportan los gastos y al mismo tiempo los ingresos, de manera que resulta ser una información que marca las pautas de cuáles las partidas de gastos que pueden reducirse en caso de ser necesario y simultáneamente podría localizar oportunidades de mejora para hacer crecer los ingresos. El flujo de efectivo es una herramienta que brinda una visión global de todas las actividades de la empresa que consume recursos y los genera, por lo que es un concepto medular en cualquier análisis, tal como el que se realizará más adelante.

2.6 Flujo de Efectivo Descontado

Este término hace referencia a un ejercicio financiero que debe realizarse con el objetivo de conocer el valor presente de un flujo de efectivo futuro. Ross *et al*, (2014). “El cálculo del valor presente de un futuro flujo de efectivo para determinar su valor de hoy se conoce como valoración del flujo de efectivo descontado” (p.113). Una vez que ya se conocen los posibles ingresos y gastos en los que se incurriría en un período determinado, se reúne esta información y se analizan en una perpetuidad que puede ser de tres, cinco o diez años, según sea el plazo de conveniencia del analista, la diferencia entre los ingresos y gastos es lo que se conoce como el flujo de efectivo, y este último resultado es el que se proyecta durante el plazo de análisis y se calcula su valor presente, este es uno de los datos más importantes de cara a decidir si se invierte en el proyecto que está siendo estudiado.

2.7 Tasa de Descuento

La tasa de descuento puede entender según Ross *et al*. (2014), como: “La tasa que se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros” (p.113). La tasa de descuento es un porcentaje que permite de alguna manera castigar el valor presente de los flujos, comparando los mismos con las tasas llamadas cero riesgo que ofrece el gobierno a lo interno del país, como a nivel internacional, por ejemplo títulos del tesoro de los EEUU.

El objetivo de la tasa de descuento en medio del análisis de un proyecto es el de conocer si la inversión es rentable y resulta mejor invertir en el proyecto que adquirir títulos con tasa “cero riesgo”. La tasa de descuento logra que la información de los

flujos sea más aterrizada y real, por lo que le da una mayor credibilidad al resultado de los flujos y del Valor Presente Neto.

2.8 Rentabilidad

La rentabilidad es un indicador que surge de la relación que existe entre los ingresos o los flujos traídos a valor presente y la inversión inicial. Es otro de los datos que forman parte de la información integral que cualquier analista debe considerar ante un proyecto de índole financiero. La fórmula para calcular la rentabilidad es tomar el flujo y dividirlo entre la inversión inicial. En todo caso donde el valor presente neto sea mayor a la si es rentable, aun así el inversionista deberá analizar si dicha rentabilidad es la deseada o no, para esto deberá compara inversión inicial, el resultado de esta operación, será siempre mayor a 1, lo que permite interpretar que el proyecto el resultado de la rentabilidad con las condiciones del mercado de su negocio en términos de rentabilidad así como las condiciones financieras y económicas del entorno. Ross *et al.* (2014) define la rentabilidad como. “Valor presente de los flujos de efectivo esperados de una inversión dividido entre el costo. También, la *razón beneficio a costo.*” (p.241).

2.9 Servicio al Cliente

Este concepto define el término hacia el cual toda empresa sea de comercial, industrial o de servicios, debe enfocar sus esfuerzos, ya que del servicio que cada compañía le brinda a sus clientes, logra obtenerse la percepción que dicho cliente se crea hacia el producto o servicio que compra en la empresa, por eso, dependiendo de la calidad de este servicio, la percepción de los clientes puede variar y esto da diversos resultados, los cuales pueden ser positivos o negativos, por ejemplo: ante un buen servicio, el

cliente genera fidelidad a la marca, publicidad positiva que podría considerarse “gratuita”, lo que, a su vez, recomendaría a otras personas a comprar los bienes o servicios que ofrece la compañía y, por consiguiente, incremento en ventas y como consecuencia alza en utilidades y cumplimiento de metas.

Por otra parte, si el servicio al cliente tiene deficiencias, los efectos podrían ser devastadores para los intereses de la empresa y como efectos secundarios pueden ocasionar, daño de imagen al realizar publicidad con comentarios negativos que, a su vez, generen desconfianza en otras personas que podrían haber sido clientes potenciales. Así mismo como resultado se daría una disminución de las ventas, caída de los ingresos e incumplimiento de objetivos y el no retorno de los inversionistas de la compañía. Es por esta razón que resulta muy delicado este término sobre los objetivos de cualquier organización.

Una manera de ejemplificar el establecimiento de estándares y objetivos para procesos de servicio al cliente, se puede ilustrar de la siguiente manera:

Imagen 5

Estándares y Objetivos para procesos de servicio al cliente.



Fuente: (Lovelock y Wirtz, 2015, p.210).

2.10 Oferta

La oferta es una de las dos fuerzas del mercado que se conforma por los bienes y/o servicios que son vendidos por todos los sectores de la economía, por lo que en otras palabras la oferta es todo aquello que un determinado proveedor de un bien y o servicio, pone a la venta para satisfacer las necesidades de los clientes, quienes conforman la otra variable o fuerza de mercado.

La oferta puede asociarse con el producto, sea este, físico o intangible como un servicio o experiencias. Monferrer (2013) afirma:

Debemos concebir el producto como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, etc. (p.20).

2.11 Demanda.

La demanda es la otra variable de las dos fuerzas del mercado que se conforma por las necesidades que tienen los clientes de adquirir bienes y/o servicios que son ofrecidos por diferentes proveedores de distintos sectores de la economía, tanto la demanda como la oferta son determinantes en la formación de precios ya que dependiendo de la tendencia de una y de otra, los bienes y servicios podrían encarecerse o abaratare, Monferrer (2013) define demanda como: “el volumen total de producto que sería adquirido por un mercado en un espacio y periodo de tiempo fijado, para unas

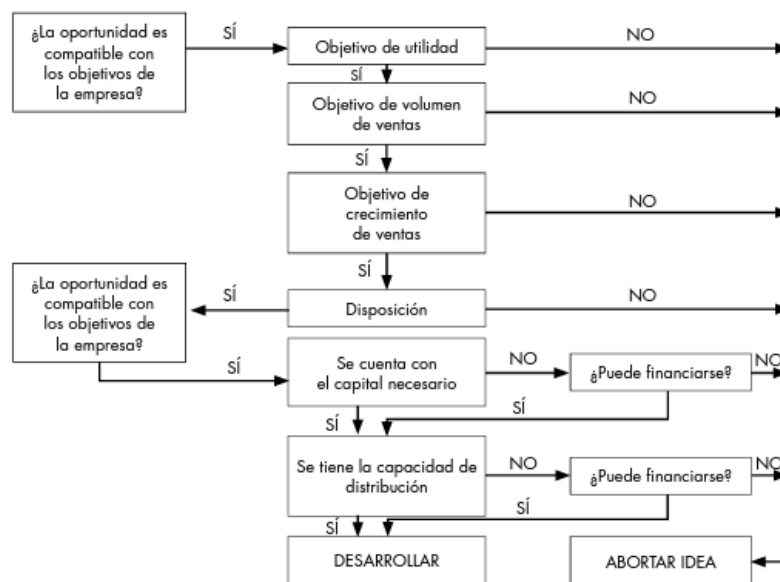
condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinado.” (p.55).

2.12 Oportunidad de Mercado.

Este término hace referencia a la posibilidad de éxito que puede tener un negocio determinado, sustentado en las necesidades que esté visualizando el inversionista con respecto al consumidor. Fernández (2007) define: “Una oportunidad de mercado como una situación favorable para una empresa. Se presenta por el movimiento natural del mercado y la conducta del consumidor” (p.94). Para conocer si una oportunidad es de relevancia es necesario realizar un análisis como el que se aprecia en la siguiente imagen:

Imagen 6

Cómo Identificar una Oportunidad de Mercado?



Fuente: (Fernández, 2007, p.95).

2.13 Amenazas de Mercado.

Toda actividad comercial sea para vender un producto o servicio, está sujeta a amenazas de diversos tipos que podría enfrentar, una de las más importantes sin duda alguna puede ser generada por la competencia, la cual podría estar emitiendo publicidad que pueda afectar en alguna medida la imagen de la empresa. A continuación, la definición de Fernández (2007): “Un Problema o amenaza se define como la diferencia entre una situación real y una ideal...una situación desfavorable que podría ser presentada por la conducta del consumidor, por falta de información el cliente o mala imagen” (p.94).

2.14 Clientes Potenciales.

Son todos aquellos clientes que tienen altas posibilidades de adquirir un bien y/o servicio de un mercado específico, estos clientes son identificados después de analizar el comportamiento, tendencias y preferencias que se pueden generar durante un tiempo y espacio determinado. Un cliente puede ser potencial, dependiendo de gran cantidad y diversidad de factores, como el clima, la moda, los avances tecnológicos, la cultura, por mencionar algunos, lo cierto es que un cliente puede ser potencial si el enfoque que se le da a la venta del bien o servicio, hace sentir al cliente una necesidad real de adquirirlo.

Los clientes potenciales son el resultado de la búsqueda de clientes con mayor posibilidad de compra, por eso Kotler y Armstrong (2016) definen al cliente potencial como: “prospectos que tienen mayor probabilidad de apreciar y responder a la

propuesta de valor de la compañía, es decir, a los que la compañía puede atender adecuadamente de manera redituable”. (p.414).

2.15 Satisfacción del cliente.

La satisfacción del cliente se asocia con el sentir del cliente de acuerdo con la percepción del bien o servicio que compra, por lo que esta sensación que resulta de los clientes puede ser determinante sobre el comportamiento de las ventas de cualquier producto, debido a que puede impactar la tendencia de las mismas de manera positiva o negativa, Lovelock y Wirtz,(2015) describen la satisfacción del cliente como: “juicio de actitud posterior a una experiencia de consumo, el confirmar o no las expectativas previas al consumo es el principal determinante de la satisfacción” (p.52).

2.16 Estructura Administrativa.

La estructura administrativa es la forma en la que se constituye o se compone cualquier organización, por lo que toda empresa independientemente de su tamaño, debe crearse con una estructura que al igual que la misión y visión de una empresa son indispensables para que cada uno de los participantes de las empresa (capital humano) sepa cuál es su norte y su rol dentro de la empresa. La estructura Administrativa se puede relacionar de forma directa con el organigrama de la empresa, ya que es una manera gráfica de ilustrar dicha estructura. Munch (2014) define: “la estructura formal de una organización muestra las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y las líneas de autoridad” (p.66).

2.17 Capital Humano.

Este término no es ni más ni menos que las personas que le dan vida a la administración y operación de una empresa, en todas sus escalas desde el perfil más bajo hasta la alta Gerencia, se puede definir con dos enfoques, como departamento y como conjunto de personas como un todo que participan dentro de una organización para el logro de los objetivos de la misma. Werther y Davis (2014) definen el capital humano como: “el medio a través del cual las organizaciones mejoran mediante las personas, haciéndolas más eficientes y eficaces”.(p.5).

Una interpretación adicional de este término es capital humano como herramienta, son las personas en General y como ente Administrador, departamento que se encarga de la gestión del capital humano, con reclutamiento, selección, capacitación, motivación y en fin, permitir un mejor ambiente de los colaboradores utilizando los diferentes mecanismos que el departamento de capital humano dispone para lograr un efecto positivo sobre el personal de toda la compañía.

2.18 Proyecto.

Este concepto se refiere al desarrollo, ejecución y puesta en marcha de una idea, puede llamarse proyecto a la forma en la que se planifica y se ordenan las diferentes implicaciones que tiene una idea a lo largo de su desarrollo y no necesariamente un proyecto se refiere solo a cuestiones administrativas, no obstante para este trabajo de investigación me refiero al proyecto planteado de la apertura de un local nuevo para venta de repuestos para vehículo. Rivera y Hernandez (2015) se refiere a la definición

de proyecto de la siguiente manera: “Esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único”.(p.4).

2.19 Trámites Legales.

Son todas aquellas gestiones que se realizan de cara al cumplimiento de los requisitos necesarios para iniciar el negocio y su permanencia en el tiempo, dentro de estas gestiones se puede mencionar la constitución legal de la sociedad, la inscripción de la misma ante el Ministerio de Hacienda, adquirir los usos de suelo y patentes municipales correspondientes, de manera que ante el cumplimiento de todos los asuntos legales, el negocio y su operación no se vea afectado.

2.20 Proveedores.

Los proveedores son un factor externo indispensable para que cualquier empresa pueda funcionar, son el insumo a través del cual se materializan las ventas de la organización, indistintamente del giro de negocio, llámese manufactura, comercio, servicios y cualquier otro tipo de negocio. Los proveedores deben ser vistos en la empresa como socios comerciales. Kotler y Armstrong (2016) definen:

Los Proveedores constituyen un eslabón importante en la red de transferencia de valor de la empresa al cliente. Brindan los recursos que la compañía necesita para producir los bienes y servicios. Los problemas con los proveedores podrían afectar seriamente al marketing . (p.69).

2.21 Entorno Comercial.

El entorno comercial está compuesto de una cantidad importante de variables de toda índole, donde la empresa es un participante más de ese entorno, ese entorno está conformado por el macroentorno y el microentorno, como se muestra a continuación:

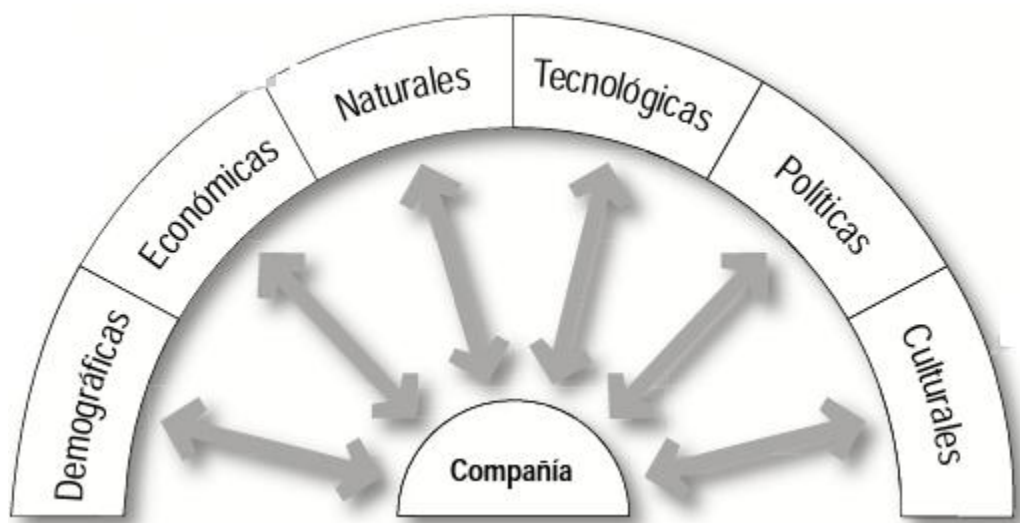
Imagen 7

El Microentorno del Mercado.



Fuente: (Kotler y Armstrong, 2016, p.69).

Imagen 8
El Macroentorno del Mercado.



Fuente: (Kotler y Armstrong, 2016, p.72).

2.22 Factores Externos.

Los factores externos son todos aquellos agentes que pueden afectar a la empresa y las decisiones que se tomen y que no se puede incidir sobre ellos, por ejemplo, las políticas impositivas que pueda aprobar el gobierno y que impacten a la empresa, estrategias de los competidores directos, nuevos competidores entrantes en el mercado, agentes económicos como variaciones en el tipo de cambio y las tasas de interés, inflación, desastres naturales, por mencionar algunos. Kotler y Armstrong (2016) afirman que: “componen de la naturaleza del mercado y de la demanda, así como otros factores ambientales” (p.272).

2.22.1 Inflación.

La inflación es un efecto de carácter económico que se genera por la interacción y dinamismo de variables como la oferta y la demanda, por lo que dependiendo del incremento o disminución de las mismas se puede ocasionar el incremento o disminución de la inflación, en cuyo caso, si este indicador incrementa tiene un efecto directo en el poder adquisitivo de las personas y por consiguiente puede generar el decrecimiento de la economía en general, afectando fuentes de empleo y producción de bienes y servicios principalmente. Graue (2014) afirma. “la inflación ocurre cuando la demanda crece más rápido que la oferta de largo plazo”(p.491).

Una interpretación adicional de este término es capital humano como herramienta, son las personas en General y como ente Administrador, departamento que se encarga de la gestión del capital humano, con reclutamiento, selección, capacitación, motivación y en fin, permitir un mejor ambiente de los colaboradores utilizando los diferentes mecanismos que el departamento de capital humano dispone para lograr un efecto positivo sobre el personal de toda la compañía.

2.22.2 Tasas de Interés.

Este concepto se refiere al costo financiero que se debe pagar al adquirir un financiamiento y se determina en gran medida por el volumen de dinero que se encuentre en circulación, por lo que si hay poco dinero en circulación, su precio sube y si hay mucho dinero en circulación su precio disminuye, esto significa que la tasa de interés tiene una relación inversa con el dinero en circulación. Dicho de otra manera se

puede decir que la tasa de interés es una variable económica que se determina por el precio del dinero (Graue, 2014, p.518).

2.22.3 Tipo de Cambio.

El tipo de cambio es lo que se conoce como el precio de una moneda extranjera a razón de adquirirla utilizando la moneda local. Es un elemento de carácter económico que se mueve en gran medida por dos grandes variables comerciales de un país como lo son las importaciones y las exportaciones, así como la inversión extranjera que tenga el país, lo que puede afectar el tipo de cambio en la medida en la que ingresa o sale la divisa. Desde el punto de vista teórico, el tipo de cambio es una variable que se determina por la relación directa entre los precios relativos que se generan de la elección entre bienes nacionales o extranjeros (Pavón, 2013).

2.22.4 Índice de Precios al Consumidor.

El índice de precios al consumidor es otro indicador económico que tiene una relación directa con la inflación y la situación económica de un país, es un factor con gran variabilidad en el tiempo y cuyo objetivo es determinar el rumbo que debe seguir la tendencia de los precios de acuerdo con la inflación. “Es una medida del grado de inflación que sirve de referencia para la determinación o reversión de los precios de los bienes” (Graue, 2014, p.288).

3. HIPÓTESIS.

La hipótesis de este proyecto es que la apertura de una venta de repuestos para vehículos sedan y 4x4 en el Centro Comercial Paseo de las Flores es factible en términos legales, financieros, administrativos, tecnológicos y de aceptación del público.

3.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Cuadro 1

Hipótesis	Conceptos	Variables	Indicadores
La apertura de una venta de repuestos para vehículos sedan y 4x4 en el Centro Comercial Paseo de las Flores es factible en términos legales, financieros, administrativos, tecnológicos y de aceptación del mercado.	<p>Factibilidad: Lo realizable del proyecto.</p> <p>Términos Legales: aceptación de los entes gubernamentales.</p> <p>Términos Financieros: resultado de la rentabilidad del proyecto.</p> <p>Términos Administrativos: uso de los recursos humanos y financieros.</p> <p>Términos Tecnológicos: empleo de los recursos</p>	<p>Factibilidad</p> <p>Ámbito Legal.</p> <p>Aspectos Financieros.</p> <p>Variables Administrativas.</p> <p>Recursos Tecnológicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados positivos de los puntos siguientes. • Aprobación o negación de permisos de operación. • VPN positivo, Rentabilidad mayor a 1. • Estructura ideal del capital humano. • Uso racional del presupuesto. • Empleo de app y página web en la cual se pueda comprar y

	<p>tecnológicos disponibles actualmente.</p> <p>Términos de Mercado: acogida de los clientes.</p>	<p>Ámbito Mercadológico.</p>	<p>entregar los repuestos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aceptación que se pueda recibir de los clientes, con respecto a la competencia.
--	--	------------------------------	--

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

3.2.1 Finalidad.

La finalidad de este trabajo de esta investigación es resolver un problema que radica en poder mejorar la oferta a los consumidores de repuestos para vehículo, del cantón central de la provincia de Heredia una alternativa comercial mediante la implementación de herramientas tecnológicas a través de las cuales puedan realizar las compras de sus repuestos mediante una página web y aplicación en cualquier Smartphone, por lo que se clasifica esta investigación de acuerdo con la finalidad de la misma, como de tipo aplicada.

3.2.2 Alcance Temporal.

Dentro del alcance temporal se puede mencionar que el actual trabajo de investigación se clasifica como transversal, debido al tiempo reducido tanto de los insumos a investigar en cuanto al comportamiento del mercado se refiere, como al tiempo del que se dispone para reunir la información y emitir resultados y conclusiones. Así mismo la recopilación de la información y su análisis será realizado con la mayor profundidad y detalle posible, de forma tal que las conclusiones que resulten de esta investigación sean lo más precisas posible.

3.2.3 Marco.

El marco en el que se desarrollará este trabajo es de carácter geográfico y se clasifica como "Micro". La justificación de esta clasificación tiene sustento en que el universo (Mega) sería Costa Rica y su población (Macro), visitantes del Centro Comercial Paseo

de las Flores ubicado en la provincia de Heredia, no obstante la investigación se llevará entre el cantón central de la provincia de Heredia y el Paseo de las Flores .

3.2.4 Diseño de la Investigación.

Para este tipo de clasificación se dice que existe la investigación de laboratorio y de campo, donde la investigación en laboratorio se realiza en ambientes controlados y la de campo en ambientes abiertos y de manera imprevista, por tanto; el diseño de esta investigación será de carácter mixto ya que puede contener entrevistas en ambientes controlados y también encuestas de manera imprevista y al aire libre.

3.2.5 Carácter.

A) Casual.

Uno de los trasfondos que esta investigación busca resolver es ¿porqué las actuales propuestas de ventas de repuestos no ofrecen la opción de vender repuestos mediante las páginas web?, por lo que se podría decir que la investigación tiene una posición de carácter casual.

B) Prospectivo.

Se puede clasificar esta investigación como de carácter prospectivo ya que la misma, aunque partirá de algunos supuestos para el análisis financiero, busca aportar información que permita decidir si el proyecto es factible y por consiguiente si es sujeto de inversión.

C) Participativo.

Durante la investigación de este trabajo se considerará la opinión de diferentes sujetos involucrados como lo son clientes potenciales, proveedores, competidores y profesionales en materia de informática, lo que permite clasificar la misma, como de carácter participativo.

D) Evolutivo.

La clasificación de carácter evolutivo, puede adjudicársele a esta investigación en el tanto se incluye la participación de las herramientas tecnológicas en un mercado, en el cual al día de hoy, a pesar de lo avanzado de la tecnología, no se puede comprar repuestos mediante el sitio web, en la zona geográfica en la que se realizará el trabajo de campo.

3.2.6 Naturaleza.

La naturaleza de una investigación busca realizar una clasificación entre las variables cuantitativas y cualitativas, por el significado y espíritu de cada variable, donde en el caso de las cualitativas se busca evaluar percepciones u opiniones sobre un tema, así como recopilar, analizar y procesar resultados de carácter numérico, para el caso de la variable cuantitativa. Se puede inferir que esta investigación se clasifica como mixta, ya que contempla los dos enfoque en determinados momentos, el cualitativo en el análisis de la percepción del servicio que ofrecen los competidores actuales y por otra parte el cuantitativo en el análisis financiero.

3.3 FUENTES DE INVESTIGACIÓN.

3.3.1 Fuentes de Información.

Las fuentes de información son todos aquellos emisores de información útil para el trabajo de investigación y que son pilar indispensables de cualquier investigación por el insumo de proporcionan. Muñoz (2015) afirma: “información teórico conceptual y empírico referencial inherente al tema de estudio y de la disciplina donde ésta se realiza” (p.323).

A) Fuentes Primarias:

Las fuentes primarias son las que generan información de primera mano, dicha información se obtiene de las entrevistas y encuestas realizadas a los expertos en la materia y la población meta respectivamente. Muñoz (2015) define: “material que se recaba donde tiene su origen los datos, del punto mismo donde se origina, ya sea que se trate de un hecho, un fenómeno o una circunstancia que se desea investigar” (p.374).

B) Fuentes Secundarias:

Las fuentes secundarias son las que generan información teórica principalmente libros de texto y sitios web. Muñoz (2015) define las fuentes

secundarias como: “información de segunda mano que tiene la ventaja de estar más documentada, pues toma varias fuentes para completar y se apoya en la seriedad metodológica que se encuentra en las publicaciones de instituciones, ensayos, tesis, antologías, artículos colegiados, etcétera” (p.374).

3.3.2 Población.

Todos los Habitantes del cantón central de la provincia de Heredia que visitan en carro el CC Paseo de las Flores en el primer semestre del 2017, con edades entre los 20 y 55 años, que poseen vehículo propio y por consiguiente son consumidores de repuestos para vehículo, la cantidad de los encuestados será tomada de la aplicación de una fórmula estadística, que se aplicará más adelante. Las razones por las cuales se eligen sujetos con este perfil tienen fundamento en que las características ya mencionadas como criterios de inclusión, los convierte en clientes potenciales de la propuesta comercial de esta investigación.

La población “es el conjunto completo de todos los elementos (puntuaciones, personas, mediciones, etcétera) que se someterán a estudio. El conjunto es completo porque incluye a todos los sujetos que se estudiarán” (Triola, 2013, p.4).

3.3.3 Muestreo.

“La muestra es un subconjunto de miembros seleccionados de una población” (Triola, 2013, p.4).

El muestreo de la investigación es de carácter probabilístico dado que para recolectar información se tiene definida una población, la cual son los habitantes de la provincia de Heredia con edades entre los 20 y 55 años y que poseen vehículo, de la cual será tomada una muestra por medio de una selección aleatoria donde todos los individuos de la población tendrán las mismas posibilidades de ser elegidos.

La muestra será tomada específicamente de los clientes de las principales ventas de repuestos ubicadas en el cantón central de la provincia de Heredia, como lo son Repuestos el Trebol, La Guacamaya, Gigante, Autorepuestos Transmore, Coopeheredia.

Para calcular el tamaño de una muestra se considera tres factores, que son, el nivel de confianza que generaliza los datos desde la muestra hacia la población, el margen de error de la muestra, que se considera como aceptable al realizar la generalización y el nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis.

El porcentaje de confianza es el porcentaje de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Esto quiere decir que un % del 100% equivale a

decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar la totalidad de los casos de la población.

Para evitar un costo muy alto para el estudio o debido a que en ocasiones llega a ser prácticamente imposible el estudio de la población, entonces se busca un porcentaje de confianza menor. Comúnmente en las investigaciones se busca un 95%. Para una seguridad del 95%, cuando se aplica la fórmula para calcular la muestra $Z=1.96$.

El error o porcentaje de error equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o la inversa. Al igual que en el caso de la confianza, si se quiere eliminar el riesgo de error y considerarlo como 0%, entonces la muestra es del mismo tamaño que la población. Comúnmente se aceptan entre el 4% y el 6% como error, tomando en cuenta que no son complementarios la confianza y el error.

La variabilidad es la probabilidad (o desviación estándar) es el porcentaje con el que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar. El porcentaje con que se aceptó tal hipótesis se denomina variabilidad positiva y se denota por p y el porcentaje con el que se rechazó la hipótesis se denomina variabilidad negativa denotada por q .

Cuando se habla de una máxima variabilidad, en el caso de no existir antecedentes sobre la investigación, entonces los valores de variabilidad se consideran como $p=q=0.5$ es decir 50% de variabilidad.

3.3.4 Fórmula para la muestra.

Imagen 9

Fórmula de la Muestra.

$$n = \frac{\left(\frac{Z_{\alpha/2} * \sqrt{p * q}}{d} \right)^2}{1 + \left[\frac{1}{N} \left(\frac{Z_{\alpha/2} * \sqrt{p * q}}{d} \right)^2 \right]}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población. (106,364)

τ = desviación estándar (p*q).

p = probabilidad de que ocurra el evento (0.5).

q = probabilidad de que no ocurra el evento (1-p) 0.5.

d = error muestral = 0.05.

Z = nivel de confianza = 1,96 (95%)

Luego de aplicar la fórmula para obtener el tamaño de la muestra de acuerdo con los datos que se describen previamente, el resultado es de 383, por lo que las encuestas se aplican a 383 personas con las calidades descritas en el capítulo 3.3.2 de este trabajo de investigación, donde se define la población.

3.3.5 Técnicas e Instrumentos para la Investigación.

A) Entrevistas.

Las entrevistas no son otra cosa más que una fuente que permite recopilar información crucial para el objetivo de la investigación, normalmente se obtiene de fuentes primarias como lo son personas expertas en un determinado campo o tema. Las entrevistas suelen realizarse mediante cuestionarios que Muñoz (2015) explica como: “técnica estructurada para recopilar datos, que consiste en una serie de preguntas escritas que debe responder un entrevistado” (p,375).

Se aplican durante la recolección de información que se realiza en el trabajo de campo, entrevistas de tipo semiestructurado, específicamente con proveedores y expertos en el mercado de venta de repuestos para vehículo.

B) Encuestas.

Estas se utilizan para obtener información sobre la percepción y comportamiento de los clientes, de manera que estas permitan el análisis de las preferencias de los clientes y las oportunidades de mejora que hagan de este proyecto, una oferta más atractiva para los clientes que conforman el mercado en la zona geográfica a estudiar. Muñoz (2015) afirma: “consiste en recopilar datos mediante la aplicación de formularios con preguntas impresas donde el encuestado responde de acuerdo con su criterio, esto permite clasificar sus respuestas y hacer la tabulación e interpretación para llegar a datos significativos” (p.375).

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1.1 Estudio de Mercado.

En este capítulo se da a conocer los resultados del trabajo de campo que se realiza donde encuestados y entrevistados suministran el insumo a través del cual se da sustento a la interpretación del presente trabajo de investigación y que a su vez da respuestas a las diferentes incógnitas planteadas a los largo de esta tesis.

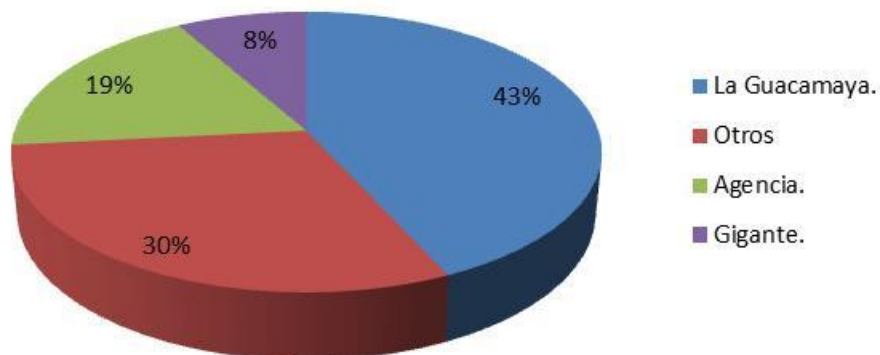
Se aplica la encuesta a 383 personas durante la semana que va del 6 al 12 de marzo 2017, las cuales el requisito para ser sujetos de aplicación de la misma es tener vehículo propio y que no sea carro del año, ya que en estos casos el objeto de estudio que es la compra y venta de repuestos, no se da al menos en los siguientes 3 años de adquirido el vehículo. También se traza como objeto de este capítulo conocer las condiciones actuales del mercado de venta de repuestos para vehículo y la percepción de los potenciales clientes al respecto de lo oferta actual y la propuesta de la presente investigación.

Cuadro 2

1. Lugar de preferencia para la compra de repuestos del vehículo.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
La Guacamaya.	165	43%
Otros	116	30%
Agencia.	70	18%
Gigante.	32	8%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 1

1. Lugar de preferencia para la compra de repuestos del vehículo.

Fuente: Cuadro 2.

Ante la pregunta sobre ¿Dónde adquieren los repuestos del vehículo?, los entrevistados respondieron en un 43% que su lugar de preferencia es repuestos La Guacamaya, un 30% respondió adquiere los repuestos en diferentes ventas de repuestos, mientras que un 19% compra en la Agencia y el 8% restante son clientes de repuestos Gigante. Con esta pregunta se pretende conocer cuál es el lugar de preferencia de los consumidores del mercado de respuestas para vehículo de Heredia.

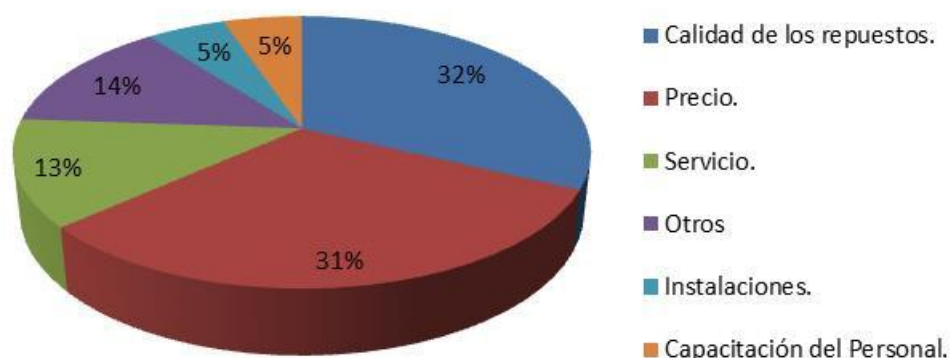
Cuadro 3

2. Motivo por el cuál se elige el proveedor actual de repuestos.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Calidad de los repuestos.	123	32%
Precio.	120	31%
Servicio.	49	13%
Otros	51	13%
Instalaciones.	20	5%
Capacitación del Personal.	20	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 2

2. Motivo por el cuál se elige el proveedor actual de repuestos.



Fuente: Cuadro 3.

Quando se consultó sobre el o los motivos por los que se prefiere una venta de repuestos sobre otras alternativas de mercado, resultó que los dos criterios más importantes para los clientes de repuestos, son en primera instancia la calidad de los repuestos con un 32% y en segundo lugar el precio con 31%, posteriormente se ubican

el servicio y otros criterios con 13% y 14% respectivamente, así como los criterios de instalaciones y la capacitación del personal que les atiende fueron los menos importantes para los clientes ambos con un 5% cada rubro.

Cabe mencionar que dentro del rubro “Otros” de esta pregunta, las respuestas fueron en su gran mayoría, disponibilidad de inventario, garantía, ubicación o cercanía con respecto a su lugar de residencia. El objetivo de esta consulta es conocer cuál es el factor de mayor relevancia por el cual los consumidores eligen su lugar de compra de los repuestos para su vehículo.

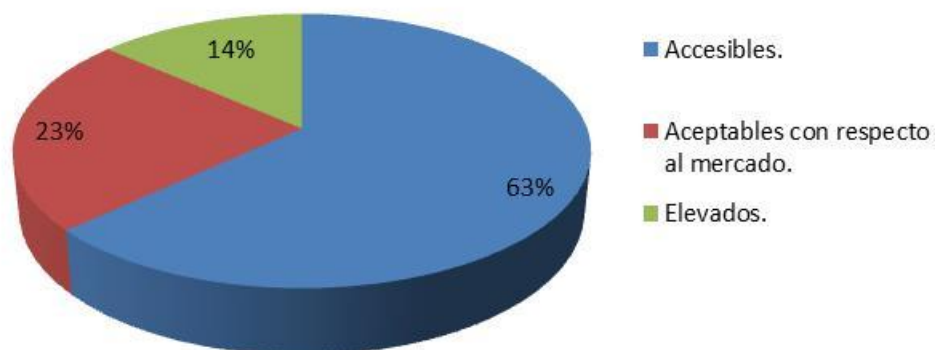
Cuadro 4

3. Percepción del precio de los repuestos, de acuerdo con la oferta actual.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Accesibles.	242	63%
Aceptables con respecto al mercado.	89	23%
Elevados.	52	14%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 3

3. Percepción del precio de los repuestos, de acuerdo con la oferta actual.



Fuente: Cuadro 4.

De los 383 encuestados 242 clientes consideran que los repuestos tienen un precio accesible para un 63%, mientras que un 23% indica que los precios son comparables con respecto al mercado, por otra parte el 14% respondió que el precio de los repuestos es elevado por lo que se puede inferir que en términos generales el 86% de las personas encuestadas no tienen inconvenientes con los precios actuales ofrecidos a nivel de mercado. Esta pregunta es muy importante para conocer la percepción del cliente ante los precios de mercado ofrecidos actualmente.

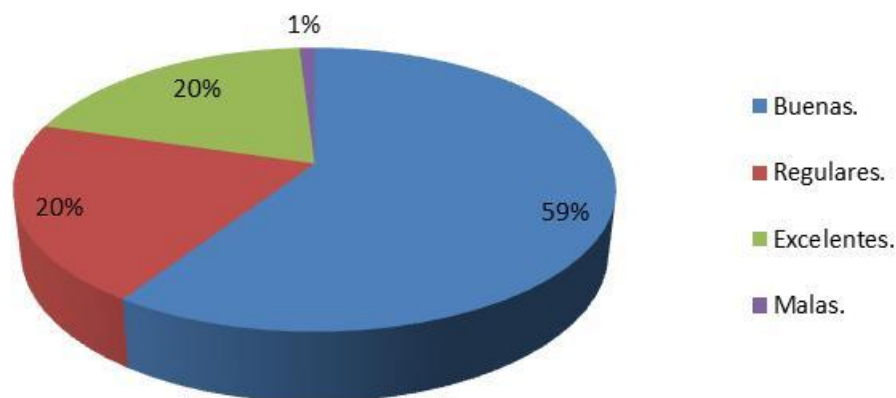
Cuadro 5

4. Opinión sobre las instalaciones del proveedor actual de repuestos.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Buenas.	227	59%
Regulares.	78	20%
Excelentes.	74	19%
Malas.	4	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 4

4. Opinión sobre las instalaciones del proveedor actual de repuestos.



Fuente: Cuadro 5.

Se considera importante conocer cómo percibe el cliente de repuestos para vehículo, las instalaciones del lugar donde compra los mismos, por lo que ante esta consulta, el 59% considera que las instalaciones del lugar donde compra son buenas, mientras que un 20% y un 19%, fueron los resultados para quienes opinaron que las instalaciones son regulares y excelentes respectivamente, tan solo un 1% comentó que las instalaciones eran malas.

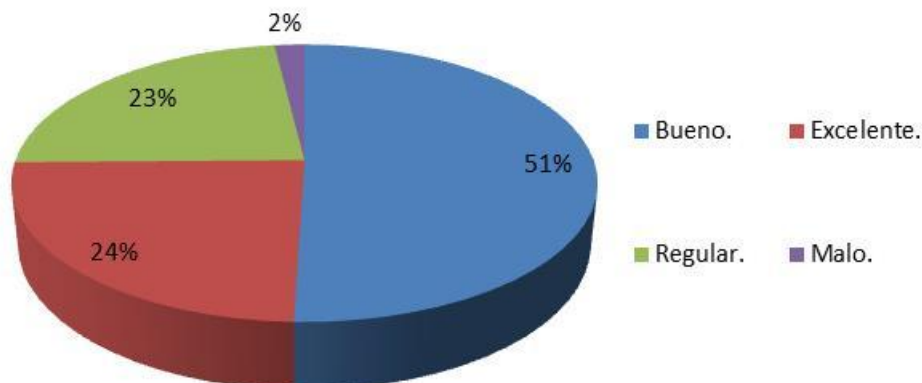
Cuadro 6

5. Evaluación del Servicio ofrecido por el proveedor de repuestos actual.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Bueno.	193	50%
Excelente.	93	24%
Regular.	89	23%
Malo.	7	2%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 5

5. Evaluación del Servicio ofrecido por el proveedor de repuestos actual.



Fuente: Cuadro 6.

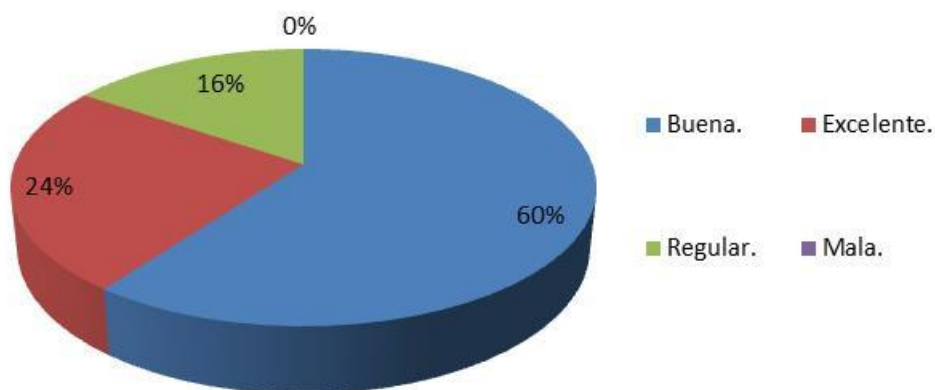
Otro rubro que se consideró de vital importancia conocer, es cómo evalúa el cliente el servicio que actualmente está recibiendo en donde adquiere sus repuestos y los resultados fueron: un 51% opina que el servicio es bueno, un 24% lo considera excelente y un 23% cree regular el servicio, mientras que tan solo un 2% percibe como malo el servicio.

Cuadro 7

6. Calificación del nivel de capacitación del personal del proveedor de preferencia.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Buena.	230	60%
Excelente.	93	24%
Regular.	59	16%
Mala.	-	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 6

6. Calificación del nivel de capacitación del personal del proveedor de preferencia.

Fuente: Cuadro 7.

Ante la pregunta que pretende evaluar el nivel de capacitación del personal que atiende en las diferentes ventas de repuestos que proveen los repuestos de vehículo para los compradores en la ciudad de Heredia, los clientes respondieron en un 60% que la capacitación del personal es buena, mientras que la calificación de excelente y regular fue dada por el 24% y el 16% de los encuestados respectivamente, como dato curioso, se encontró que nadie calificó como malo el conocimiento del personal que le atiende.

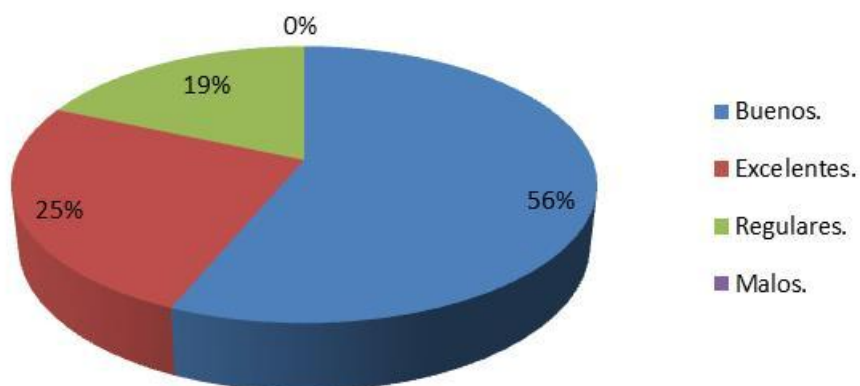
Cuadro 8

7. Calificación sobre la calidad de los repuestos de la oferta actual.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Buenos.	216	56%
Excelentes.	97	25%
Regulares.	71	18%
Malos.	-	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 7

7. Calificación sobre la calidad de los repuestos de la oferta actual.



Fuente: Cuadro 8.

La calidad de los repuestos es un rubro del cual es muy importante conocer la percepción de los clientes, por lo que ante la pregunta realizada el 56% califica como buena la calidad de los mismos, un 25% considera excelente la calidad de los repuestos, por otra parte el 19% de los entrevistados considera regular la calidad de los repuestos, no hubo quién calificara como mala la calidad de los repuestos.

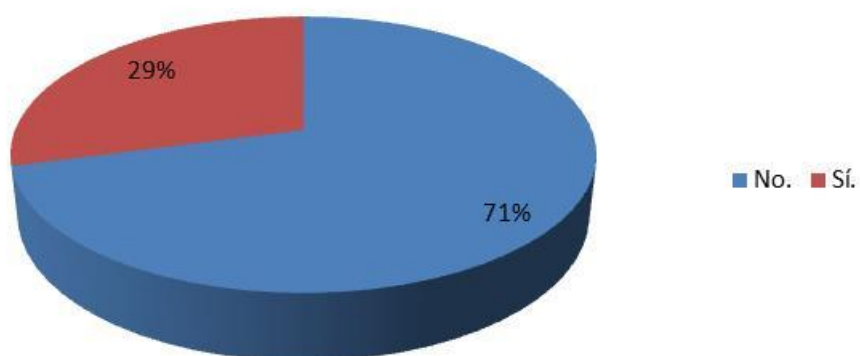
Cuadro 9

8. Conocimiento del cliente sobre si el proveedor actual, ofrece la posibilidad de comprar por Internet.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
No.	271	71%
Sí.	111	29%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 8

8. Conocimiento del cliente sobre si el proveedor actual, ofrece la posibilidad de comprar por Internet.



Fuente: Cuadro 9.

Con el objetivo de conocer si el nivel de conciencia del cliente sobre las alternativas de que brinda su proveedor de repuestos para compra de repuestos por internet, se le consultó a los encuetados si sabían sobre las posibilidades vía internet que tiene su proveedor de repuestos le ofrece y las respuestas fueron: 71% indicó que desconocía si podía comprar sus repuestos por internet, mientras que un 29% respondió que sí está enterado de la opción por internet, no obstante los que

respondieron que sí, no estaban seguros si la página solo es de consulta o con opción de comprar.

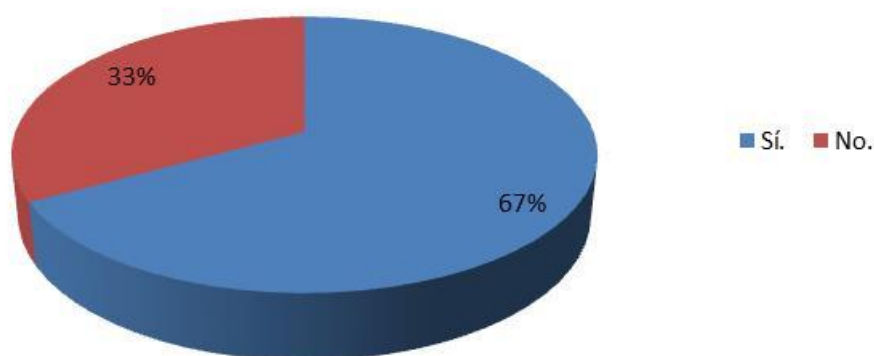
Cuadro 10

9. Evaluación sobre la anuencia del cliente para comprar por Internet.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Sí.	256	67%
No.	126	33%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 9

9. Evaluación sobre la anuencia del cliente para comprar por Internet.



Fuente: Cuadro 10.

Un insumo de vital importancia para este trabajo es conocer los niveles de aceptación y disposición que tienen los compradores de repuestos de comprar por internet, por lo que ante esta consulta se encontró que el 67% estaría dispuesto a comprar por internet su repuestos y un 33% no compraría por internet.

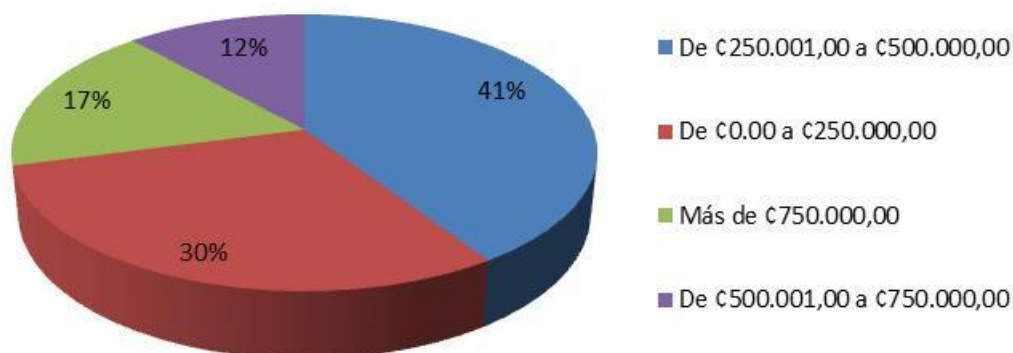
Cuadro 11

10. Gasto anual aproximado del cliente destinado a compra de repuestos para el vehículo.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
De ¢250.001,00 a ¢500.000,00	156	41%
De ¢0,00 a ¢250.000,00	115	30%
Más de ¢750.000,00	67	17%
De ¢500.001,00 a ¢750.000,00	45	12%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 10

10. Gasto anual aproximado del cliente destinado a compra de repuestos para el vehículo.



Fuente: Cuadro 11.

Se consulta a los encuestados sobre el monto anual estimado que gastan en compra de repuestos y mantenimiento de su vehículo y de los 383 encuestados un 41% estima gastar entre los ¢250,001.00 y los ¢500,000.00, un 30% indica gastar en repuestos y mantenimiento montos de ¢0,00 a ¢ 250,000.00, el 17% de comenta gastar montos entre los ¢500,001.00 y los ¢750,000.00, mientras que el 12% gasta más de ¢750,001.00.

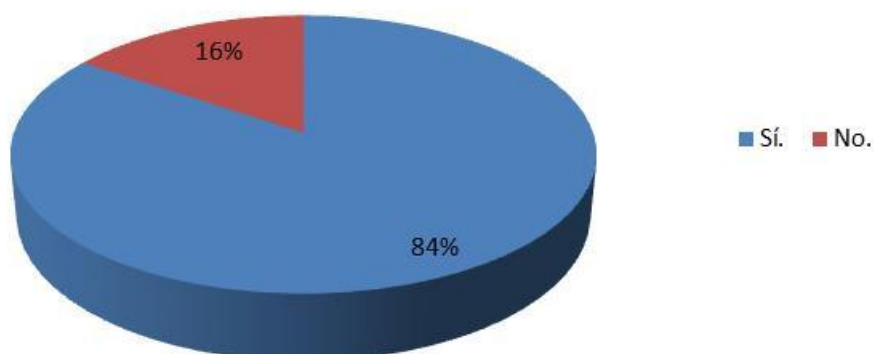
Cuadro 12

11. Anuencia del entrevistado para comprar repuestos en el Paseo de las Flores.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Sí.	323	84%
No.	59	16%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 11

11. Anuencia del entrevistado para comprar repuestos en el Paseo de las Flores.



Fuente: Cuadro 12.

Debido a la propuesta de este trabajo de investigación, conocer la disposición o apertura que tienen los clientes para adquirir sus repuestos en el centro comercial Paseo de las Flores es vital, por lo que ante la consulta realizada, el 84% de los encuestados respondió que sí compraría, mientras que el 16%, comentó que no lo

haría, algunas de las razones brindadas son dificultad para ingresar al parqueo, y la percepción de que los precios son más elevados en el centro comercial.

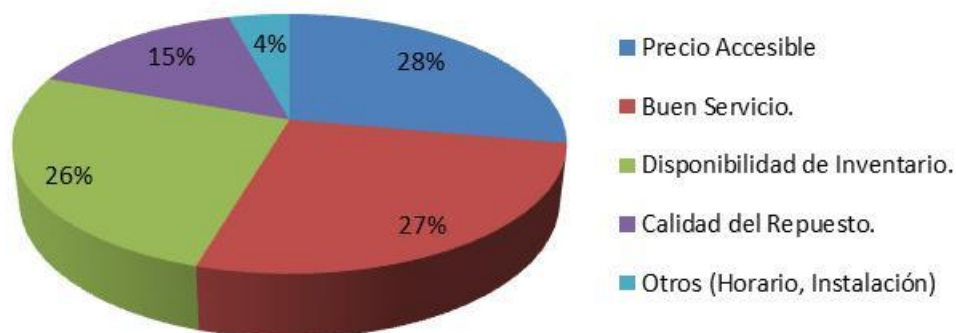
Cuadro 13

12. Criterios de preferencia, que debería tomar en cuenta un nuevo negocio de venta de repuestos.		
Respuesta	V. Absoluto	V. Relativo
Precio Accesible	107	28%
Buen Servicio.	102	27%
Disponibilidad de Inventario.	100	26%
Calidad del Repuesto.	58	15%
Otros (Horario, Instalación)	16	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración Propia, encuesta aplicada en el CC Paseo de las Flores.

Gráfico 12

12. Criterios de preferencia, que debería tomar en cuenta un nuevo negocio de venta de repuestos.



Fuente: Cuadro 13.

Se realizó una pregunta abierta a los encuestados para conocer cuál es el criterio por el cual considerarían adoptar la nueva venta de repuestos como su nuevo proveedor y en orden de importancia el criterio que mencionaron en mayor medida fue precio accesible en un 28%, el servicio fue el segundo rubro con un 27%, la

disponibilidad de inventario con un 26%, mientras que la calidad del repuesto y otros criterios varios tuvieron una mención del 15% y 4% respectivamente.

4.2 Estudio Macroeconómico.

En lo que respecta al marco macroeconómico es de suma importancia tener en las expectativas de crecimiento o decrecimiento que puedan tener las principales variables económicas esperadas para fines del 2017 e inicios del año 2018, las cuales pueden impactar el negocio que se propone en este trabajo de investigación y que adicionalmente puede influir en la decisión de seguir adelante con la inversión y puesta en marcha o si por el contrario se reconsidere la posibilidad de esperar a que las condiciones económicas sean más favorables para el negocio.

4.2.1 Inflación.

De acuerdo con lo establecido en el programa macroeconómico del Banco Central de Costa Rica (BCCR) para el cierre del año 2017 e inicios del 2018, se prevé un nivel de inflación del 3% +/- 1 punto porcentual (p.p), dado que al igual que el año anterior no se visualiza que se presenten presiones que obliguen al BCCR a realizar alza de tasas de interés que a su vez influyan sobre un crecimiento en el índice de inflación. Si el pronóstico de estabilidad del Banco Central se cumple, y la inflación se mantiene en niveles bajos y estables como hasta ahora, esto daría como

resultado un efecto positivo a nivel comercial, ya que no se ve afectado el poder adquisitivo de los consumidores, lo que permite que la capacidad de compra de los mismos se mantenga y no se vea mermada por el impacto que genera el aumento en la inflación.

El comportamiento del nivel de inflación se explica de la siguiente manera: “el Banco Central considera que por la vía monetaria no se crearon condiciones inflacionarias que a futuro comprometan el logro de la meta.”(Banco Central de Costa Rica, 2016, p.20)

Por supuesto, lo anterior es favorable para la intención de iniciar con la venta de repuestos ya que no se visualiza en el corto plazo que se vea afectado el poder adquisitivo de los consumidores y por tanto la posibilidad de compra de repuestos en un momento determinado no se vería afectada, al menos en el mediano plazo, según lo establece el programa macroeconómico del BCCR.

4.2.2 Tipo de Cambio.

Dentro de los objetivos y medidas del BCCR en su programa macroeconómico 2017 – 2018, se establece como una de las medidas: “intervenir en el mercado cambiario con el fin de evitar fluctuaciones violentas en el tipo de cambio, sin que ello interrumpa la tendencia que dictan las variables fundamentales de este macroprecio.” (BCCR, 2016, p.29). No obstante cabe mencionar que a pesar de esta medida estabilizadora del Banco Central, la movilidad del tipo de cambio es una variable de carácter macroeconómico que puede afectar al negocio propuesto a

lo largo de este trabajo de investigación dado que como parte de la operación del negocio se tiene un arrendamiento en dólares, así como la importación que realizan los proveedores de algunas de las líneas de repuestos, lo que en caso de que se den fluctuaciones en el tipo de cambio, se podría encarecer o abaratar algunos costos propios del día a día en la venta de repuestos.

Cabe la mención en este apartado, de que las variaciones en el tipo de cambio con respecto al dólar, podría generar una apreciación o una devaluación de la moneda nacional, lo que en caso de una apreciación (disminución en el precio del dólar), podría generar un efecto favorable en la operación del negocio, esto quiere decir que un local que genera ingresos en colones y que necesita dólares para el pago de facturas como la de arrendamiento, puede comprar la misma cantidad de dólares con menos colones.

Por otra parte, si en el curso normal de la economía se genera una devaluación del colon (incremento del precio del dólar), esto impactaría desfavorablemente a la venta de repuestos ya que necesitaría más colones para comprar la misma cantidad de dólares para el pago de la factura de arrendamiento y cualquier compromiso en moneda extranjera que tenga el negocio.

4.3 Estudio Financiero.

4.3.1 Composición de la Inversión Inicial.

La inversión Inicial por definición, se compone de todos los costos en los cuales debe incurrir cualquier inversionista para dar inicio a la operación del negocio en el que desea invertir, por lo que a continuación se muestra un detalle con todas y cada una de las erogaciones necesarias para empezar a poner en marcha el proyecto de la venta de repuestos para vehículo en el Centro Comercial Paseo de las Flores.

4.3.1.1 Capital de Trabajo.

En lo que atañe al capital de trabajo cabe mencionar que este concepto se compone del costo del inventario inicial más la cobertura de los gastos de operación de al menos dos meses, por lo que en este caso de acuerdo con la información recabada durante la investigación se estima una inversión en el inventario inicial alrededor de los $\text{¢}33,926,356.20$ que corresponde a 15 días de inventario, mas $\text{¢}16,126,432.06$, monto que resulta de la sumatoria de los gastos de operación como se aprecia en el siguiente detalle:

Cuadro 14

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO			
Inventario Inicial de Operación	-	-	33,926,356.20
Gastos de Pre-operación	-	-	16,126,432.06
Salarios	2	1,723,654.67	3,447,309.33
Alquiler	2	2,756,818.40	5,513,636.79
Cuota de Mantenimiento	2	554,217.40	1,108,434.79
Servicios Públicos	2	266,000.00	532,000.00
Patente	3	1,764,170.52	5,292,511.57
Otros Gastos	2	116,269.79	232,539.57
<i>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</i>			<u>50,052,788.25</u>

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo con el cuadro anterior, los salarios con sus respectivas cargas sociales son por un monto de ¢3,447,309.33, arrendamiento del local para por ¢5,513,636.79, cuotas de mantenimiento del centro comercial por ¢1,108,434.79, Servicios públicos (agua, energía y teléfono e Internet) por ¢532,000.00, Patente Comercial por ¢5,292,511.57 y otros gastos por ¢232,539.57, este último se conforma de gasto por servicios profesionales de contabilidad (¢52,078.03 mensual), mantenimiento del software usado para control de inventario y facturación (¢14,191.75 Mensual) y una partida con la que se paga a un administrador de las redes sociales (¢50,000.00 mensuales) para no perder presencia en los medios electrónicos. Todos los rubros de los gastos Pre-Operativos consideran dos meses de cobertura. De acuerdo con el detalle anterior el capital de trabajo estimado para dar inicio a la operación de la venta de repuestos es por un monto de ¢50,052,788.25.

4.3.1.2 Activos.

Los activos se refieren al mobiliario y equipo mínimo necesario para iniciar la operación del negocio, en esta investigación se determina que los activos suman un monto total de ¢8,233,592.90, según las cotizaciones obtenidas y las necesidades básicas identificadas para iniciar la venta de repuestos, como se detalla a continuación:

Cuadro 15

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ACTIVOS			
Mostrador de Exhibición	1	¢600,000.00	¢ 600,000.00
Estantes para Mercadería	12	¢200,000.00	¢2,400,000.00
Computadora	2	¢359,990.00	¢719,980.00
Impresora	2	¢189,990.00	¢379,980.00
Caja Registradora	1	¢199,990.00	¢199,990.00
Bancos para vendedor	2	¢35,900.00	¢71,800.00
Software Facturación e Inventario	1	¢703,592.90	¢703,592.90
Teléfono Fijo	1	¢29,900.00	¢29,900.00
Lector de Código de Barras	2	¢85,990.00	¢171,980.00
Papelería de Facturación	1	¢8,190.00	¢8,190.00
Pantalla de 48 pulgadas	1	¢277,900.00	¢277,900.00
Horno de Microondas	1	¢36,900.00	¢36,900.00
Refrigeradora Pequeña	1	¢58,300.00	¢58,300.00
Juego de Comedor	1	¢139,900.00	¢139,900.00
Rótulo del Local	1	¢2,360,000.00	¢2,360,000.00
Material Publicitario (Volantes)	10	¢7,500.00	¢75,000.00
<u>TOTAL ACTIVOS</u>			<u>¢8,233,592.90</u>

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.1.3 Costos Pre-Operativos.

Los costos pre-operativos son aquellos en los cuales se incurre para atender compromisos que se vuelven indispensables a la hora de iniciar un negocio. Para este trabajo se encontraron 3 costos pre-operativos, que se mencionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 16

COSTOS PRE-OPERATIVOS	
Remodelación del Local	5,000,000.00
Gastos Legales	500,000.00
Depósito en Garantía	2,756,818.40
<u>TOTAL REMODELACIÓN DEL LOCAL</u>	<u>8,256,818.40</u>

Fuente: Elaboración Propia.

Cabe mencionar que de las líneas contenidas en el cuadro anterior, para el caso del rubro de “Remodelación del Local”, se consultó con uno de los propietarios del centro comercial, quién comentó que se estima un aproximado de ¢5,000,000.00 totales de remodelación llave en mano, lo que quiere decir que dentro de este costo se cubre lo correspondiente a mano de obra y materiales. Esta remodelación básicamente se compone de pintura y empastado de paredes y cielo raso en caso de ser necesario, acondicionamiento del cuarto de empleados, instalación de la pantalla y acomodo de los estantes, dado que es un local en el cual los clientes no ingresan hasta donde está

el inventario, no sería necesario instalar un piso muy costoso, por lo que se puede valorar la utilización del piso existente según sea su estado.

En el caso de los gastos legales, se consultó con un asesor legal independiente, quien cotizó los trámites legales iniciales en ¢500,000.00 y mencionó que este trabajo en bufetes reconocidos podría costar hasta los \$2,000.00, por su parte otro de los gastos previos a iniciar la operación es el depósito en garantía que se le debe cancelar al propietario del local en el momento de firmar el contrato para que las llaves del local sea entregado en este caso para un monto de ¢2,756,818.40.

4.3.1.4 Inversión Inicial Sin Financiamiento.

Se estima después de obtener la composición de la Inversión inicial, se proponen dos alternativas para hacer frente a la inversión inicial, la primera de ellas es asumir la inversión en su totalidad, o dicho de otra forma sin solicitar financiamiento de ningún tipo, bajo esta posibilidad la Inversión Inicial se puede llamar “Inversión con recursos propios”, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro 17

INVERSIÓN INICIAL SIN FINANCIAMIENTO	
Activos	8,233,592.90
Capital de Trabajo	50,052,788.25
Costos Pre-Operativos	8,256,818.40
<u>TOTAL INVERSIÓN INICIAL CON RECURSOS PROPIOS</u>	<u>66,543,199.55</u>

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.1.5 Inversión Inicial Con Financiamiento.

Para el caso de la opción con financiamiento, se establece una política en la cual por un tema de riesgo, se busca un financiamiento del 50% del monto total de la Inversión Inicial, por lo que en este caso la propuesta queda la siguiente forma:

Cuadro 18

INVERSIÓN INICIAL CON FINANCIAMIENTO	
Activos	8,233,592.90
Capital de Trabajo	50,052,788.25
Costos Pre-Operativos	8,256,818.40
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	66,543,199.55
FINANCIAMIENTO	(33,271,599.78)
<u>TOTAL INVERSIÓN INICIAL CON RECURSOS PROPIOS</u>	<u>33,271,599.78</u>

Fuente: Elaboración Propia.

Según el detalle anterior la propuesta de apalancar la inversión es por un monto de ¢33,271,599.78, para este financiamiento se consultó en tres de los principales bancos del país como lo son el Banco de Costa Rica (BCR), el Banco Nacional de Costa Rica (BNCR) y el Banco Popular (BP) y las condiciones ofrecidas quedaron como se aprecia a continuación:

Cuadro 19

DETALLE	BCR	BNCR	BP
MONTO	33.271.599,78	33.271.599,78	33.271.599,78
TASA	12% Primeros 5 años	TBP + 5,15	TBP + 4,00
PLAZO	20	15	20
GARANTÍA	HIPOTECARIA	HIPOTECARIA	HIPOTECARIA

Fuente: Elaboración Propia.

Después de revisar las condiciones ofrecidas por los tres bancos, para este trabajo se eligió la opción más costosa, con el objetivo de sensibilizar en mayor medida el flujo, ya que aunque el BCR es el banco con el interés más alto, ofrece tasa fija los primeros 5 años, lo cual para efectos de la proyección de los flujos, mantiene la estabilidad y mitiga los cambios que se puedan dar en la tasa básica pasiva, que si bien es cierto se ha mantenido estable en tiempos recientes, podría sufrir variaciones causadas por el curso de la economía y las políticas del Banco Central, razón por la cual se eligió al BCR como alternativa de financiamiento para este estudio.

Así las cosas, se confecciona la tabla de amortización del eventual financiamiento para conocer el comportamiento de la operación de crédito en el tiempo y al mismo tiempo estimar el impacto que tendría en los flujos de efectivo como se aprecia más adelante, cabe recalcar que ninguno de los tres bancos brinda información de su oferta de crédito de tipo cotización, por un tema de privacidad del negocio y estrategia ante la competencia. La tabla de amortización se muestra como sigue:

Cuadro 20

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
PERIODO	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				33,271,599.78
1	€366,348.97	€332,716.00	€33,632.97	€33,237,966.80
2	€366,348.97	€332,379.67	€33,969.30	€33,203,997.50
3	€366,348.97	€332,039.97	€34,309.00	€33,169,688.50
4	€366,348.97	€331,696.89	€34,652.09	€33,135,036.42
5	€366,348.97	€331,350.36	€34,998.61	€33,100,037.81
6	€366,348.97	€331,000.38	€35,348.59	€33,064,689.21
7	€366,348.97	€330,646.89	€35,702.08	€33,028,987.13
8	€366,348.97	€330,289.87	€36,059.10	€32,992,928.03
9	€366,348.97	€329,929.28	€36,419.69	€32,956,508.34
10	€366,348.97	€329,565.08	€36,783.89	€32,919,724.46
11	€366,348.97	€329,197.24	€37,151.73	€32,882,572.73
12	€366,348.97	€328,825.73	€37,523.24	€32,845,049.48
13	€366,348.97	€328,450.49	€37,898.48	€32,807,151.01
14	€366,348.97	€328,071.51	€38,277.46	€32,768,873.55
15	€366,348.97	€327,688.74	€38,660.24	€32,730,213.31
16	€366,348.97	€327,302.13	€39,046.84	€32,691,166.47
17	€366,348.97	€326,911.66	€39,437.31	€32,651,729.16
18	€366,348.97	€326,517.29	€39,831.68	€32,611,897.48
19	€366,348.97	€326,118.97	€40,230.00	€32,571,667.49
20	€366,348.97	€325,716.67	€40,632.30	€32,531,035.19
21	€366,348.97	€325,310.35	€41,038.62	€32,489,996.57
22	€366,348.97	€324,899.97	€41,449.01	€32,448,547.57
23	€366,348.97	€324,485.48	€41,863.50	€32,406,684.07
24	€366,348.97	€324,066.84	€42,282.13	€32,364,401.94
25	€366,348.97	€323,644.02	€42,704.95	€32,321,696.99
26	€366,348.97	€323,216.97	€43,132.00	€32,278,564.99
27	€366,348.97	€322,785.65	€43,563.32	€32,235,001.66
28	€366,348.97	€322,350.02	€43,998.95	€32,191,002.71
29	€366,348.97	€321,910.03	€44,438.94	€32,146,563.76
30	€366,348.97	€321,465.64	€44,883.33	€32,101,680.43
31	€366,348.97	€321,016.80	€45,332.17	€32,056,348.26
32	€366,348.97	€320,563.48	€45,785.49	€32,010,562.77
33	€366,348.97	€320,105.63	€46,243.34	€31,964,319.43
34	€366,348.97	€319,643.19	€46,705.78	€31,917,613.65
35	€366,348.97	€319,176.14	€47,172.84	€31,870,440.82
36	€366,348.97	€318,704.41	€47,644.56	€31,822,796.25
37	€366,348.97	€318,227.96	€48,121.01	€31,774,675.25
38	€366,348.97	€317,746.75	€48,602.22	€31,726,073.03
39	€366,348.97	€317,260.73	€49,088.24	€31,676,984.79
40	€366,348.97	€316,769.85	€49,579.12	€31,627,405.66
41	€366,348.97	€316,274.06	€50,074.91	€31,577,330.75
42	€366,348.97	€315,773.31	€50,575.66	€31,526,755.08
43	€366,348.97	€315,267.55	€51,081.42	€31,475,673.66
44	€366,348.97	€314,756.74	€51,592.23	€31,424,081.43
45	€366,348.97	€314,240.81	€52,108.16	€31,371,973.27
46	€366,348.97	€313,719.73	€52,629.24	€31,319,344.03
47	€366,348.97	€313,193.44	€53,155.53	€31,266,188.50
48	€366,348.97	€312,661.88	€53,687.09	€31,212,501.41
49	€366,348.97	€312,125.01	€54,223.96	€31,158,277.46
50	€366,348.97	€311,582.77	€54,766.20	€31,103,511.26
51	€366,348.97	€311,035.11	€55,313.86	€31,048,197.40
52	€366,348.97	€310,481.97	€55,867.00	€30,992,330.40
53	€366,348.97	€309,923.30	€56,425.67	€30,935,904.73
54	€366,348.97	€309,359.05	€56,989.92	€30,878,914.81
55	€366,348.97	€308,789.15	€57,559.82	€30,821,354.99
56	€366,348.97	€308,213.55	€58,135.42	€30,763,219.57
57	€366,348.97	€307,632.20	€58,716.78	€30,704,502.79
58	€366,348.97	€307,045.03	€59,303.94	€30,645,198.85
59	€366,348.97	€306,451.99	€59,896.98	€30,585,301.86
60	€366,348.97	€305,853.02	€60,495.95	€30,524,805.91

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.2 Costo de Capital Sin Financiamiento.

En este apartado se describe la composición del costo de capital para el escenario en el cual la inversión se realiza sin financiamiento, o dicho de otra forma con recursos propios:

Cuadro 21

Estructura de Capital	Ponderación	Costo Después de Impuestos	Costo
Patrimonio	100%	12.30%	12.30%
Total	100%	-	12.30%

Fuente: Elaboración Propia.

Del cuadro anterior cabe mencionar que el costo de las acciones se compone la sumatoria entre la tasa libre de riesgo más la Prima por Riesgo, en este caso la tasa libre de riesgo se obtiene de la tasa que paga el Banco de Costa Rica al 19 de mayo 2017, que es de 6.15%, mientras que la prima por riesgo se establece en un 100% adicional a la tasa libre de riesgo, lo que quiere decir que el costo de capital estaría alrededor de los 12.30%.

Al mismo tiempo se establece el costo de capital nominal ajustado con la inflación, el cual se obtiene con la siguiente fórmula: costo de capital, multiplicado por la sumatoria de 1 más porcentaje de inflación y luego se multiplica de nuevo el porcentaje de inflación, como se muestra a continuación: $K_n = K_r \cdot (1 + \text{inflación}) + \text{Inflación}$. Donde K_n es Costo de Capital Nominal y K_r es el costo de capital real. Para lo explicado en

este párrafo el resultado de la aplicación de dicha fórmula: $K_n = 0.1230 * (1 + 0.03) + 0.03 = 15.67\%$.

4.3.3 Costo de Capital Con Financiamiento.

Para el caso del costo de capital con financiamiento se establece una política de financiar únicamente un 50% del costo de la inversión Inicial, por lo que para obtener el costo de capital, primero se debe identificar el costo de la deuda después de impuestos, la cual surge de la siguiente fórmula ($K_{dt} = K_d * (1 - T)$), donde “ K_d ” es la tasa del préstamo y “ T ” es el impuesto de renta, por tanto $K_{dt} = 0.12 * (1 - 0.30) = 8.40\%$.

Una vez obtenido el costo de la deuda después de impuestos, se le aplica el porcentaje de ponderación al costo después de impuestos, tal como se aprecia a continuación:

Cuadro 22

Estructura de Capital	Ponderación	Costo Después de Impuestos	Costo
Pasivos	50%	8.40%	4.20%
Patrimonio	50%	12.30%	6.15%
Total	100%	-	10.35%

Fuente: Elaboración Propia.

De igual forma se establece el costo de capital nominal ajustado con la inflación, el cual se obtiene con la siguiente fórmula: costo de capital, multiplicado por la sumatoria de 1 más porcentaje de inflación y luego se multiplica de nuevo el porcentaje de inflación, como se muestra a continuación: $K_n = K_r * (1 + \text{inflación}) + \text{Inflación}$. Donde K_n es Costo de Capital Nominal y K_r es el costo de capital real. Para lo explicado en

este párrafo el resultado de la aplicación de dicha fórmula: $K_n = 0.1035 * (1 + 0.03) + 0.03$
= 13.66%.

4.3.4 Flujos Netos de Efectivo Sin Financiamiento.

4.3.4.1 Escenario Optimista.

Se confecciona un flujo neto de efectivo, con un escenario donde se parte del supuesto de que la inversión se realiza con recursos propios, por lo que no se cuenta con financiamiento, en este flujo se considera optimista porque basa sus estimaciones tomando como insumo la visitación promedio de clientes en carro, la cual es considerada como la población utilizada en este trabajo de investigación, a esta población de 106,364, se le aplica un 30% que corresponde al porcentaje de personas que compran sus repuestos en repuesteras distintas a Gigante y La Guacamaya, adicionalmente se le aplica un 84% que corresponde a las personas encuestadas que respondieron que sí comprarían sus repuestos en el Paseo de las Flores, el resultado de este ejercicio es de 26,804 personas y sobre estas se derivan los tres escenarios, para el caso del optimista se considera que un 10% como mercado meta.

En los tres escenarios que se muestran a continuación, se utiliza para incrementar tanto ingresos como gastos cada año un 3% correspondiente a la inflación esperada, adicionalmente se estima un crecimiento en la participación del mercado del 1% anual, en el caso del crecimiento de los gastos no se le aplicará el porcentaje de

inflación al rubro de depreciación, intereses ni amortización para el caso de los escenarios con financiamiento.

En el siguiente cuadro se muestra el flujo neto de efectivo donde las ventas estimadas son el resultado de multiplicar el gasto anual promedio ponderado que indicaron los encuestados por el 10% de mercado meta explicado en el párrafo anterior.

Cuadro 23

F.N.E	1	2	3	4	5
Ventas	1,058,502,313.32	1,199,283,120.99	1,347,558,125.04	1,503,650,274.52	1,667,895,150.66
Costo de Ventas	814,232,548.70	922,525,477.68	1,036,583,173.10	1,156,654,057.32	1,282,996,269.74
Utilidad Bruta	244,269,764.61	276,757,643.30	310,974,951.93	346,996,217.20	384,898,880.92
Salarios	20,683,855.99	21,304,371.67	21,943,502.82	22,601,807.90	23,279,862.14
Alquiler	33,081,820.76	34,074,275.38	35,096,503.64	36,149,398.75	37,233,880.71
Cuota de Mantenimiento	6,650,608.76	6,850,127.02	7,055,630.83	7,267,299.76	7,485,318.75
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Servicios Públicos	3,192,000.00	3,287,760.00	3,386,392.80	3,487,984.58	3,592,624.12
Patente	21,170,046.27	21,805,147.65	22,459,302.08	23,133,081.15	23,827,073.58
Otros Gastos	1,395,237.43	1,437,094.55	1,480,207.39	1,524,613.61	1,570,352.02
Total de Gastos Operativos	87,176,187.78	89,761,394.85	92,424,158.14	95,166,804.33	97,991,729.90
Utilidad de Operación	157,093,576.83	186,996,248.45	218,550,793.79	251,829,412.87	286,907,151.02
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Impuestos	157,093,576.83	186,996,248.45	218,550,793.79	251,829,412.87	286,907,151.02
Impuesto de Renta	47,128,073.05	56,098,874.54	65,565,238.14	75,548,823.86	86,072,145.31
Utilidad Neta	109,965,503.78	130,897,373.92	152,985,555.65	176,280,589.01	200,835,005.71
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Amortización del Préstamo	-	-	-	-	-
Ajuste al Capital de Trabajo	1,501,583.65	1,546,631.16	1,593,030.09	1,640,820.99	1,690,045.62
Valor Residual del Proyecto	-	-	-	-	60,132,399.77
F.N.E	109,466,538.72	130,353,361.34	152,395,144.14	175,642,386.59	260,279,978.44

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.4.2 Escenario Normal.

Para el escenario normal, se toman las mismas consideraciones explicadas en el escenario optimista, pero con se considera un mercado meta más conservador por 7%, las variaciones a nivel de flujo son las siguientes:

Cuadro 24

F.N.E	1	2	3	4	5
Ventas	740,951,619.32	872,205,906.17	1,010,668,593.78	1,156,654,057.32	1,310,489,046.95
Costo de Ventas	569,962,784.09	670,927,620.13	777,437,379.83	889,733,890.25	1,008,068,497.65
Utilidad Bruta	170,988,835.23	201,278,286.04	233,231,213.95	266,920,167.07	302,420,549.30
Salarios	20,683,855.99	21,304,371.67	21,943,502.82	22,601,807.90	23,279,862.14
Alquiler	33,081,820.76	34,074,275.38	35,096,503.64	36,149,398.75	37,233,880.71
Cuota de mantenimiento	6,650,608.76	6,850,127.02	7,055,630.83	7,267,299.76	7,485,318.75
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Servicios Públicos	3,192,000.00	3,287,760.00	3,386,392.80	3,487,984.58	3,592,624.12
Patente	21,170,046.27	21,805,147.65	22,459,302.08	23,133,081.15	23,827,073.58
Otros Gastos (revisar)	1,395,237.43	1,437,094.55	1,480,207.39	1,524,613.61	1,570,352.02
Total de Gastos Operativos	87,176,187.78	89,761,394.85	92,424,158.14	95,166,804.33	97,991,729.90
Utilidad de Opeeración	83,812,647.45	111,516,891.19	140,807,055.81	171,753,362.75	204,428,819.39
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Impuestos	83,812,647.45	111,516,891.19	140,807,055.81	171,753,362.75	204,428,819.39
Impuesto de Renta	25,143,794.24	33,455,067.36	42,242,116.74	51,526,008.82	61,328,645.82
Utilidad Neta	58,668,853.22	78,061,823.83	98,564,939.07	120,227,353.92	143,100,173.58
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Amortización del Préstamo	-	-	-	-	-
Ajuste al Capital de Trabajo	1,196,246.44	1,232,133.84	1,269,097.85	1,307,170.79	1,346,385.91
Valor Residual del Proyecto	-	-	-	-	48,333,416.21
F.N.E	58,475,225.35	77,832,308.58	98,298,459.80	119,922,801.72	191,089,822.46

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.4.3 Escenario Pesimista.

Para el este escenario , se toman las mismas consideraciones explicadas en el escenario optimista, pero con se considera un mercado meta aún más conservador que en escenario normal por 4%, las variaciones a nivel de flujo son las siguientes:

Cuadro 25

F.N.E	1	2	3	4	5
Ventas	423,400,925.33	545,128,691.36	673,779,062.52	809,657,840.13	953,082,943.23
Costo de Ventas	325,693,019.48	419,329,762.58	518,291,586.55	622,813,723.17	733,140,725.56
Utilidad Bruta	97,707,905.84	125,798,928.77	155,487,475.97	186,844,116.95	219,942,217.67
Salarios	20,683,855.99	21,304,371.67	21,943,502.82	22,601,807.90	23,279,862.14
Alquiler	33,081,820.76	34,074,275.38	35,096,503.64	36,149,398.75	37,233,880.71
Cuota de Mantenimiento	6,650,608.76	6,850,127.02	7,055,630.83	7,267,299.76	7,485,318.75
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Servicios Públicos	3,192,000.00	3,287,760.00	3,386,392.80	3,487,984.58	3,592,624.12
Patente	21,170,046.27	21,805,147.65	22,459,302.08	23,133,081.15	23,827,073.58
Otros Gastos (revisar)	1,395,237.43	1,437,094.55	1,480,207.39	1,524,613.61	1,570,352.02
Total de Gastos Operativos	87,176,187.78	89,761,394.85	92,424,158.14	95,166,804.33	97,991,729.90
Utilidad de Opeeración	10,531,718.07	36,037,533.92	63,063,317.82	91,677,312.62	121,950,487.77
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Impuestos	10,531,718.07	36,037,533.92	63,063,317.82	91,677,312.62	121,950,487.77
Impuesto de Renta	3,159,515.42	10,811,260.18	18,918,995.35	27,503,193.79	36,585,146.33
Utilidad Neta	7,372,202.65	25,226,273.75	44,144,322.48	64,174,118.84	85,365,341.44
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Amortización del Préstamo	-	-	-	-	-
Ajuste al Capital de Trabajo	890,909.24	917,636.51	945,165.61	973,520.58	1,002,726.19
Valor Residual del Proyecto	-	-	-	-	36,534,432.66
F.N.E	7,483,911.99	25,311,255.81	44,201,775.45	64,203,216.84	121,899,666.49

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.5 Flujos Netos de Efectivo Con Financiamiento.

4.3.5.1 Escenario Optimista.

En el caso de los tres escenarios con financiamiento aplican los mismos datos que en los escenarios del punto 4.5.4, con las mismas consideraciones, no obstante para este apartado se incluye en los flujos el rubro de los intereses del préstamo y el rubro de la amortización. De acuerdo con el detalle de la inversión inicial se establece como política, financiar como máximo el 50% del proyecto, y de las cotizaciones realizadas en el Banco de Costa Rica, Banco Nacional y Banco

Popular, se eligió al BCR por la posibilidad de negociar una tasa fija durante los primeros 5 años del financiamiento, así mismo la tasa de interés ofrecida por esta entidad es la mayor de las tres, lo que nos permite sensibilizar aún más los flujos.

Cuadro 26

F.N.E	1	2	3	4	5
Ventas	1,058,502,313.32	1,199,283,120.99	1,347,558,125.04	1,503,650,274.52	1,667,895,150.66
Costo de Ventas	814,232,548.70	922,525,477.68	1,036,583,173.10	1,156,654,057.32	1,282,996,269.74
Utilidad Bruta	244,269,764.61	276,757,643.30	310,974,951.93	346,996,217.20	384,898,880.92
Salarios	20,683,855.99	21,304,371.67	21,943,502.82	22,601,807.90	23,279,862.14
Alquiler	33,081,820.76	34,074,275.38	35,096,503.64	36,149,398.75	37,233,880.71
Cuota de Mantenimiento	6,650,608.76	6,850,127.02	7,055,630.83	7,267,299.76	7,485,318.75
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Servicios Públicos	3,192,000.00	3,287,760.00	3,386,392.80	3,487,984.58	3,592,624.12
Patente	21,170,046.27	21,805,147.65	22,459,302.08	23,133,081.15	23,827,073.58
Otros Gastos	1,395,237.43	1,437,094.55	1,480,207.39	1,524,613.61	1,570,352.02
Total de Gastos Operativos	87,176,187.78	89,761,394.85	92,424,158.14	95,166,804.33	97,991,729.90
Utilidad de Operación	157,093,576.83	186,996,248.45	218,550,793.79	251,829,412.87	286,907,151.02
Gastos Financieros	3,969,637.37	3,915,540.11	3,854,581.97	3,785,892.82	3,708,492.16
Utilidad antes de Impuestos	153,123,939.47	183,080,708.34	214,696,211.82	248,043,520.05	283,198,658.87
Impuesto de Renta	45,937,181.84	54,924,212.50	64,408,863.54	74,413,056.02	84,959,597.66
Utilidad Neta	107,186,757.63	128,156,495.84	150,287,348.27	173,630,464.04	198,239,061.21
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Amortización del Préstamo	426,550.29	480,647.54	541,605.68	610,294.84	687,695.50
Ajuste al Capital de Trabajo	1,501,583.65	1,546,631.16	1,593,030.09	1,640,820.99	1,690,045.62
Valor Residual del Proyecto	-	-	-	-	29,607,593.86
F.N.E	106,261,242.27	127,131,835.71	149,155,331.08	172,381,966.78	226,471,532.51

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.5.2 Escenario Normal.

La variación que se obtiene en este escenario con respecto al anterior, es el resultado de la variación en la estimación de las ventas que se compone del promedio ponderado del gasto reportado por los consumidores de repuestos durante el trabajo de campo, por la participación de mercado o mercado meta

estimado en el trabajo de investigación el cual supone un panorama más conservador que el anterior.

Cuadro 27

F.N.E	1	2	3	4	5
Ventas	740,951,619.32	872,205,906.17	1,010,668,593.78	1,156,654,057.32	1,310,489,046.95
Costo de Ventas	569,962,784.09	670,927,620.13	777,437,379.83	889,733,890.25	1,008,068,497.65
Utilidad Bruta	170,988,835.23	201,278,286.04	233,231,213.95	266,920,167.07	302,420,549.30
Salarios	20,683,855.99	21,304,371.67	21,943,502.82	22,601,807.90	23,279,862.14
Alquiler	33,081,820.76	34,074,275.38	35,096,503.64	36,149,398.75	37,233,880.71
Cuota de mantenimiento	6,650,608.76	6,850,127.02	7,055,630.83	7,267,299.76	7,485,318.75
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Servicios Públicos	3,192,000.00	3,287,760.00	3,386,392.80	3,487,984.58	3,592,624.12
Patente	21,170,046.27	21,805,147.65	22,459,302.08	23,133,081.15	23,827,073.58
Otros Gastos (revisar)	1,395,237.43	1,437,094.55	1,480,207.39	1,524,613.61	1,570,352.02
Total de Gastos Operativos	87,176,187.78	89,761,394.85	92,424,158.14	95,166,804.33	97,991,729.90
Utilidad de Opeeración	83,812,647.45	111,516,891.19	140,807,055.81	171,753,362.75	204,428,819.39
Gastos Financieros	3,969,637.37	3,915,540.11	3,854,581.97	3,785,892.82	3,708,492.16
Utilidad antes de Impuestos	79,843,010.08	107,601,351.07	136,952,473.83	167,967,469.93	200,720,327.24
Impuesto de Renta	23,952,903.03	32,280,405.32	41,085,742.15	50,390,240.98	60,216,098.17
Utilidad Neta	55,890,107.06	75,320,945.75	95,866,731.68	117,577,228.95	140,504,229.07
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Amortización del Préstamo	426,550.29	480,647.54	541,605.68	610,294.84	687,695.50
Ajuste al Capital de Trabajo	1,196,246.44	1,232,133.84	1,269,097.85	1,307,170.79	1,346,385.91
Valor Residual del Proyecto	-	-	-	-	17,808,610.30
F.N.E	55,269,928.91	74,610,782.95	95,058,646.73	116,662,381.90	157,281,376.54

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.5.3 Escenario Pesimista.

Este escenario es el más conservador de todos y estima unas ventas mucho menores que en el primer escenario, partiendo del hecho de que la participación de mercado sea mucho menor con tan solo un 4% de la población del trabajo de investigación.

Cuadro 28

F.N.E	1	2	3	4	5
Ventas	423,400,925.33	545,128,691.36	673,779,062.52	809,657,840.13	953,082,943.23
Costo de Ventas	325,693,019.48	419,329,762.58	518,291,586.55	622,813,723.17	733,140,725.56
Utilidad Bruta	97,707,905.84	125,798,928.77	155,487,475.97	186,844,116.95	219,942,217.67
Salarios	20,683,855.99	21,304,371.67	21,943,502.82	22,601,807.90	23,279,862.14
Alquiler	33,081,820.76	34,074,275.38	35,096,503.64	36,149,398.75	37,233,880.71
Cuota de Mantenimiento	6,650,608.76	6,850,127.02	7,055,630.83	7,267,299.76	7,485,318.75
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Servicios Públicos	3,192,000.00	3,287,760.00	3,386,392.80	3,487,984.58	3,592,624.12
Patente	21,170,046.27	21,805,147.65	22,459,302.08	23,133,081.15	23,827,073.58
Otros Gastos (revisar)	1,395,237.43	1,437,094.55	1,480,207.39	1,524,613.61	1,570,352.02
Total de Gastos Operativos	87,176,187.78	89,761,394.85	92,424,158.14	95,166,804.33	97,991,729.90
Utilidad de Opeeración	10,531,718.07	36,037,533.92	63,063,317.82	91,677,312.62	121,950,487.77
Gastos Financieros	3,969,637.37	3,915,540.11	3,854,581.97	3,785,892.82	3,708,492.16
Utilidad antes de Impuestos	6,562,080.70	32,121,993.81	59,208,735.85	87,891,419.81	118,241,995.61
Impuesto de Renta	1,968,624.21	9,636,598.14	17,762,620.76	26,367,425.94	35,472,598.68
Utilidad Neta	4,593,456.49	22,485,395.67	41,446,115.10	61,523,993.87	82,769,396.93
Depreciación	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58	1,002,618.58
Amortización del Préstamo	426,550.29	480,647.54	541,605.68	610,294.84	687,695.50
Ajuste al Capital de Trabajo	890,909.24	917,636.51	945,165.61	973,520.58	1,002,726.19
Valor Residual del Proyecto	-	-	-	-	6,009,626.75
F.N.E	4,278,615.54	22,089,730.19	40,961,962.38	60,942,797.03	88,091,220.56

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.6 Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice de deseabilidad.

En cuanto a los indicadores financieros más importantes, se realiza el cálculo del valor actual neto para conocer si el proyecto propuesto es rentable y le agrega valor a la inversión, al mismo tiempo e calcula la tasa interna de retorno y el índice de deseabilidad para conocer si el rendimiento de la inversión es mayor al rendimiento esperado, que para este análisis se compara con el rendimiento de un título libre de riesgo, y saber la cobertura que el valor presente de los flujos de efectivo le da a la inversión inicial, por lo que una vez confeccionados los flujos donde se establecen

los ingresos y los gastos para un período de 5 años, el resultado de estos indicadores se muestra a continuación:

Cuadro 29

Escenarios	SIN FINANCIAMIENTO			CON FINANCIAMIENTO		
	VAN	TIR	ID	VAN	TIR	ID
Optimista	447,824,070.54	181%	7.73	482,886,256.02	338%	15.51
Normal	264,985,436.53	111%	4.98	290,664,999.92	195%	9.74
Pesimista	82,141,893.58	44%	2.23	98,443,743.82	68%	3.96

Fuente: Elaboración Propia.

En el cuadro anterior se refleja que tanto para el análisis con financiamiento como sin financiamiento los resultados son muy positivos aunque evidentemente se da un descenso de optimista a pesimista, dadas las consideraciones más conservadoras con las que son estimadas las ventas por participación de mercado para cada escenario.

Así las cosas, visto que la tendencia de los tres indicadores es igual independientemente de si el proyecto se hace con recursos propios o se financia el 50% del mismo, cabe mencionar que los resultados más favorables se dan en la opción con financiamiento, ya que el VAN, la TIR y el ID son mayores a los que resultaron en el análisis sin financiamiento.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.

En este apartado del trabajo de investigación se brindan las conclusiones a las que se ha llegado con el trabajo de campo realizado para conocer si la hipótesis planteada en el tercer capítulo se cumple, al mismo tiempo se concluye sobre cada uno de los objetivos planteados, tanto objetivo general como objetivos específicos.

- Con respecto al objetivo específico de “Evaluar el comportamiento y preferencias del consumidor respecto a la decisión del lugar de compra de sus repuestos”, se concluye que aunque el mercado directo con el que competiría Auto Repuestos Tica SA es de apenas un 30% del mercado, el negocio tiene altas probabilidades de éxito, dado que los consumidores de este 30% no tienen una fidelidad muy marcada con ninguna marca de venta de repuestos y consideran la calidad de los repuestos, el precio y el servicio como principales consideraciones para su decisión de compra, por lo que en apariencia no sería tan complicado atraer los clientes de este 30% de los consumidores.

- Por otra parte los clientes entrevistados se muestran satisfechos con la oferta actual de mercado en cuanto a instalaciones, calidad de los repuestos, precio y servicio, por lo que una vez realizado el estudio de la competencia, se concluye que la oferta actual es estándar casi en todas las repuesteras por lo que diferenciar el servicio, puede resultar relativamente sencillo, dado el nivel de

exigencia actual y podría atraer parte de ese mercado que no reporta fidelidad con ninguna marca en particular.

Se debe realizar los esfuerzos económicos necesarios para iniciar, sobre la operación del negocio las gestiones correspondientes y establecer el uso de herramientas tecnológicas como que los clientes puedan realizar sus compras por internet, esta conclusión nace cuando se logra evidenciar que en la actualidad ningún competidor da este servicio y adicionalmente los clientes potenciales, reportaron un porcentaje alto de anuencia para realizar compras por internet e interactuar con la tecnología, siempre y cuando corroboren es un sitio seguro para comprar y la logística de entrega lo hace en un tiempo razonable. Al mismo tiempo no se puede omitir la anuencia del 84% de los encuestados, de visitar el Paseo de las Flores para realizar sus compras de repuestos.

- En cuanto al objetivo que hace referencia a la infraestructura se concluye que las condiciones de los locales disponibles al cierre de abril 2017 en el Centro Comercial Paseo de las Flores algunos reúnen las condiciones mínimas necesarias que se están proponiendo para dar inicio a la operación (160 mts² en promedio), por lo que en las áreas disponibles se podría dar inicio con la propuesta de Autorepuestos Tica sin que esto signifique un problema para el acomodo de todo el mobiliario, el inventario y el personal, por lo que en términos de área, satisface las necesidades planteadas. Esto sin mencionar las opciones de parqueo que ofrece el centro comercial para los clientes, que se vuelve un punto a favor y que dista en gran medida de los competidores directos.

- En cuanto a los proveedores e inventario la conclusión es que el inicio de la operación está al alcance de una llamada y de la disponibilidad de los recursos, ya que a cada uno de ellos les interesa ampliar su cartera de clientes, por lo que hay disponibilidad de entrega inmediata para las líneas de inventario previamente definidas.
- Por su parte en cuanto al personal, se concluye que para abrir puertas al público se requieren como mínimo tres personas con tareas múltiples, de manera que se pueda suplir uno a otro en los períodos de tiempo libre y horario de descanso, el horario sería de lunes a domingo con un día libre a la semana para cada uno de los colaboradores, con horario de 7 am a 5 pm, dados los horarios en los que actualmente se mueve el mercado de venta de repuestos. La contabilidad, será contratada por servicios profesionales, lo cual es más económico para el negocio.
- Dentro de las variables legales, la conclusión es que por un tema de conocimiento, tiempo de gestión y probabilidad de éxito, el realizar los trámites ante la municipalidad, ministerio de hacienda y registro de la propiedad puede tardar mucho tiempo dada la impericia en este tipo de gestiones.
- En lo que respecta al marco macroeconómico se llega a la conclusión de que la inflación de acuerdo con lo establecido por el BCCR, no sufriría variaciones en el corto plazo que puedan comprometer la estabilidad económica de los

consumidores, por lo que este punto no sería impedimento para tomar la decisión de realizar el proyecto.

- En cuanto al tipo de cambio se concluye que esta variable económica sí podría impactar los flujos propuestos en el capítulo de análisis financiero, dado que el comportamiento en el precio de la divisa ha mostrado mayores fluctuaciones en los últimos dos meses y en afán de estabilizarlo, el BCCR podría tomar medidas que pujen su precio a la baja por lo que se podría generar nuevas variaciones en el precio.
- La conclusión para el capítulo del análisis financiero, es que el proyecto desde todas sus posibilidades es rentable, por lo que independientemente de si se realiza con recursos propios o con financiamiento se obtendrá retorno y una rentabilidad atractiva inclusive en el planteamiento con escenario pesimista.
- La conclusión general para el proyecto es que desde la investigación y desarrollo de todos los objetivos específicos que desembocan en el planteamiento del objetivo general es que después de analizar la viabilidad del proyecto de apertura de una venta de repuestos para automóviles, el proyecto es viable desde el punto de vista mercadológico, de infraestructura, administrativo y legal, así como macroeconómico y financiero.

5.2 Recomendaciones.

- Para el estudio de Mercado se recomienda, atender con sumo cuidado todo lo expuesto por los clientes en el trabajo de campo con el fin que no se escape detalle alguno en cuanto a lo indicado y se pueda hacer un trabajo enfocado en satisfacer las exigencias del cliente y se pueda superar a las repuesteras actuales.
- En cuanto a la infraestructura, la recomendación es tomar el local de 159.31 mts² que se encuentra en la zona externa del centro comercial, ya que es el metraje que se encuentra más cercano al utilizado en el ejercicio financiero y adicionalmente es un área que puede satisfacer el espacio para el mobiliario, el inventario y el personal y además esta ubicación permite el horario propuesto, mientras que a lo interno del centro comercial no se podría operar en este horario.
- Se recomienda contratar un abogado que gestione todos los alcances legales, de manera que en el menor tiempo posible la empresa se encuentre en cumplimiento con los entes gubernamentales correspondientes. Y contratar las tres personas que se establecieron para iniciar la venta de repuestos.
- Se recomienda realizar una provisión mensual que sirva para mitigar el efecto en las alzas del tipo de cambio y los descalces que esto genera cuando no se toman las precauciones del caso, principalmente porque uno de los gastos fijos

de mayor impacto financiero como lo es el arrendamiento del local comercial es en dólares y de esta manera contar con un escudo ante la devaluación de la moneda local, moneda en la que se percibirán los ingresos.

- En vista de que todos los escenarios financieros son rentables, la recomendación va en función del resultado de comparar cuál de las dos opciones de inversión es la mejor y en tal caso se recomienda realizar la inversión con financiamiento ya que es la que genera un valor presente neto, tasa de retorno e índice de deseabilidad mayor que para la inversión con recursos propios.
- Con respecto a la respuesta para la hipótesis planteada en el capítulo 3 de este trabajo de investigación, el proyecto se considera factible y por consiguiente la recomendación general para el trabajo realizado, es proceder con la inversión, considerando un 50% de financiamiento, la cual es la más rentable.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 Misión.

Posicionarse en la mente de los consumidores de repuestos y ser la opción preferida, brindando un servicio diferenciado de la competencia.

6.2 Visión.

Ser una marca consolidada dentro de los próximos 5 años, de manera que al término de este plazo, se cuente con más locales abiertos al servicio del público.

6.3 Valores Corporativos.

- Puntualidad.
- Compromiso.
- Distinción en el Servicio.
- Calidad.
- Constancia.

6.4 Infraestructura.

6.4.1 Ubicación Física.

La localización del local comercial es en el Centro Comercial Paseo de las Flores, como alternativas se analizan las posibilidades que ofrezca el centro comercial en términos de disponibilidad de locales al momento de firmar un contrato de arrendamiento, las zonas de interés inicialmente son: a nivel interno del centro comercial específicamente en primera planta, ya que de acuerdo con estudios realizados por la administración del centro comercial, es en la primera planta donde se da el mayor volumen de tráfico de personas, por lo que la exposición comercial es mayor, lo que significa que el costo del alquiler del local es más elevado. La otra alternativa de ubicación que se considera es a lo externo del local, lo que por estar por fuera del mix comercial, sus costos son menores a pesar de que los servicios ofrecidos por el centro comercial y que están cubiertos con la cuota de mantenimiento que se debe cancelar a la administración no se ven desmejorados, como los parqueo para clientes y seguridad 24/7.

Una de las razones por la que se elige el Centro comercial Paseo de las Flores como ubicación del local, es porque a pesar de que posiblemente los costos sean un poco más elevados que al posicionar el local en un local fuera de centro comercial, existe algunas comodidades que en las ventas de repuestos actuales no son suficientes, como parqueo para clientes, donde de las principales ventas de repuestos

del cantón central de Heredia y alrededores el que ofrece mayor cantidad de espacios de parqueo es repuestos Gigante, con aproximadamente 20 espacios de parqueo.

Otra de las razones, es el flujo de personas que atrae el centro comercial, por la gran diversidad comercial que ofrece lo que permite tener una exposición alta y posibilidad de posicionarse por “rebote”, lo que quiere decir que los clientes quizá van a comprar otras cosas o por interés de visitar otros locales, pero en el camino se encuentran que el centro comercial ofrece la posibilidad de comprar también los repuestos de su vehículo en el mismo lugar donde estás sus tiendas de preferencia.

Imagen 10

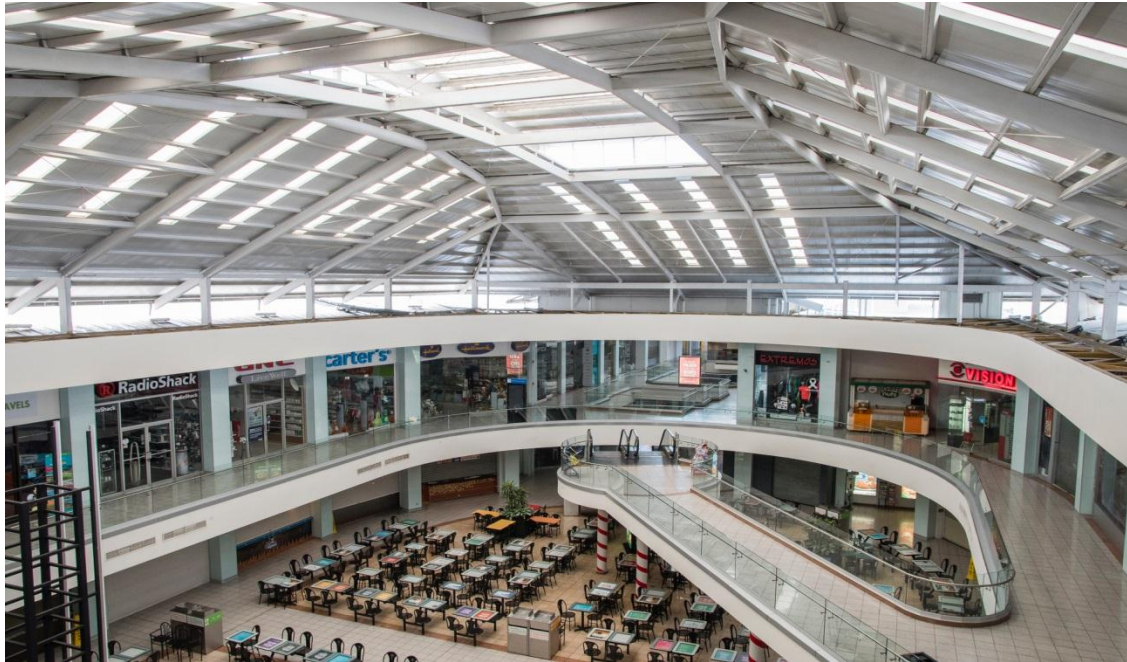
Centro Comercial Paseo de las Flores, vista panorámica.



Fuente: Administración del Centro Comercial.

Imagen 11

Centro Comercial Paseo de las Flores, a lo interno.



Fuente: Administración del Centro Comercial.

Imagen 12

Centro Comercial Paseo de las Flores, frente al Fortín.



Fuente: Administración del Centro Comercial.

6.4.2 Características del Local Requerido.

Se requiere un local con una medida cuyo rango va desde a los 120 a los 200 mts cuadrados, considerando el stock mínimo de las principales líneas de repuestos que se deben tener siempre disponibles para los clientes, este sería un metraje ideal para iniciar la comercialización de los repuestos.

En la mayoría de los casos el local requiere de un porcentaje de remodelación para ajustar el mismo a las condiciones y necesidades.

6.4.3 Comparativo de Locales Disponibles.

A continuación se presenta un comparativo de la disponibilidad de locales al mes de abril 2017, de donde se realizan los locales comerciales que mejor se adapta a las condiciones más apropiadas de acuerdo con el planteamiento de esta investigación.

Cuadro 30

LOCALES DISPONIBLES PASEO DE LAS FLORES, ABRIL 2017				
UBICACIÓN	ETAPA	LOCAL	PRECIO x m2	ÁREA
PAD NORTE	2da	L45D	\$ 25,00	102,57
PAD NORTE	2da	L45B	\$ 25,00	175,38
PAD NORTE	2da	L15	\$ 25,00	159,31
PAD NORTE	2da	L10	\$ 25,00	301
NIVEL UNO	3ra	L22B	\$ 35,00	69,37
NIVEL UNO	3ra	L11B	\$ 35,00	126,52
NIVEL UNO	3ra	L24A	\$ 32,00	196,69
NIVEL UNO	3ra	L-16A-58 / L-16B-59	\$ 35,00	119,8
NIVEL UNO	1ra	L02	\$ 73,50	29,93
NIVEL UNO	1ra	L38	\$ 40,00	60,46
NIVEL DOS	1ra	M-30 / M-31	\$ 35,00	162,21
NIVEL DOS	1ra	M-11	\$ 35,00	75,09
NIVEL DOS	3ra	L40	\$ 27,00	171,06
NIVEL DOS	3ra	L38B	\$ 30,00	51,88
NIVEL DOS	3ra	L38A	\$ 30,00	175,75

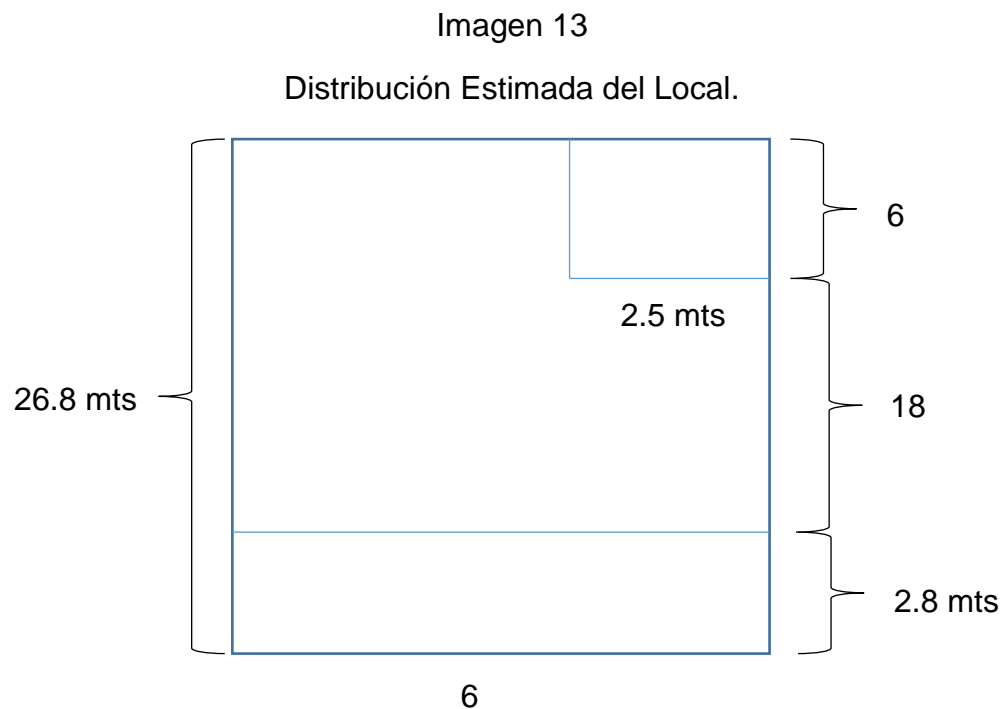
Fuente: Elaboración Propia.

En el cuadro anterior, se visualiza los locales comerciales disponibles al mes de abril 2017, donde se marcan con azul los que se ajustan mejor a las medidas requeridas inicialmente. Así mismo hay tres localidades del centro comercial donde se puede establecer la venta de repuestos en referencia a las condiciones de espacio, las cuales son "PAD NORTE" que se ubica, a lo externo en la zona donde actualmente se encuentra el Scotiabank y el Banco Popular, el Primero y Segundo Nivel de las 3 etapas del centro comercial.

6.4.4 Distribución Estimada del Local.

De acuerdo con la información obtenida durante el trabajo de campo y lo propio de la investigación, se encuentra que de los locales disponibles y en línea con la necesidad en términos de espacio mínimo necesario para dar inicio a la venta de repuestos, se establece un metraje apropiado entre los 120 y los 200 mts cuadrados. Para el mes de abril el área promedio de los locales disponibles en el centro comercial Paseo de las Flores que se encuentren entre estas áreas es de 161 mts aproximadamente.

Dicho lo anterior, es necesario establecer una distribución estimada del local comercial, considerando un área para clientes, área de stock de repuestos y para descanso y estancia de los empleados del negocio, de acuerdo con el siguiente detalle:



Fuente: Elaboración Propia.

En la imagen anterior se brinda de manera gráfica un aproximado de la distribución interna que tendría el local, esto en el entendido de que en el momento de la elección definitiva del local, el mismo cuenta con una figura rectangular similar al de la imagen anterior, en caso de ser necesario se realizaría ajustes en la distribución.

En la imagen anterior, se aprecia una distribución en la cual el área total del local es de 161 m², un área para clientes de 16.8 m² en la que los mismos serán atendidos, un área de descanso para empleados de 15 m² donde se colocará una mesa y dos sillas para almuerzo, así como un mueble para colocar pertenencias personales de los empleados, una refrigeradora pequeña y un microondas, y para finalizar un área para stock de los repuestos de 129.2 m², en esta área se colocará los estantes donde se mantendrán los repuestos para ser despachados en el momento de los pedidos de los clientes.

6.4.5 Mobiliario y Equipo.

Inicialmente se requiere para empezar a operar el local comercial, equipo y mobiliario básico según se detalla a continuación:

- Un mostrador tipo urna de exhibición.
- Racks o estantes para mantener los repuestos.
- Dos computadoras.
- Dos impresoras.
- Una caja registradora.

- Dos banco a la altura de la computadora.
- Un sistema de facturación y control de inventarios.
- Lector de código de barras.
- Datafono.
- Papelería para facturación.
- Pantalla de 50 pulgadas, con catálogos ilustrativos proyecten al cliente durante todo el día para generar atracción.
- Láminas de exhibición con guías para aprovechar espacio y colocar mercadería.
- Horno Microondas.
- Refrigeradora Pequeña
- Mesa pequeña, para almuerzo de los colaboradores.
- 2 sillas para almuerzo de los colaboradores.
- Mueble para pertenencias personales de los empleados.
- Rotulación led para el local.

Se consideran el mobiliario y equipo mencionado anteriormente para dar inicio a la operación de la venta de repuestos, en el entendido de que una vez en marcha el negocio, si se ve necesario hacer modificaciones, se harán de inmediato.

6.4.6 Proveedores e Inventario.

6.4.6.1 Proveedores.

De acuerdo con la información obtenida en la investigación, se establece en este apartado una lista de proveedores con los cuales se inicia una relación comercial para abastecer la propuesta que es objeto de este proyecto, como lo es la venta de repuestos, los proveedores con los que se da inicio al Inventario Inicial son los siguientes:

- Auto SASA.
- Importaciones RE-RE.
- Euro partes Vega.
- Kinsei.
- Fabio & Cía.
- Imporcol.
- Navemar.
- Gohner Autopartes.
- Capris.
- Técnicas de Filtrado.

Cabe destacar que estos no son los únicos proveedores, pero son los más importantes dado que estos distribuyen las líneas de repuestos indispensables para iniciar el proyecto de venta de repuestos.

En lo que a forma de negociación con los proveedores se refiere, se logró identificar que existen tres formas para la adquisición de los repuestos tanto del inventario inicial, como de los repuestos para reponer rotación del inventario, que son: ventas por consignación, lo que quiere decir que el proveedor entrega la mercadería y otorga un plazo determinado, dentro del cual en caso de que los repuestos no se logren vender, el proveedor los recoge sin costo alguno, esto siempre y cuando los repuestos que recoge estén en perfecto estado, caso contrario se tendría que cancelar el repuesto dañado como si se hubiera vendido, este tipo de negociación para adquirir repuestos se utiliza principalmente en líneas como llantas y baterías de acuerdo con la información recabada durante la investigación.

Otra de las formas de negociación es a crédito, esta forma de negociación es muy favorable en términos de utilización del efectivo que genera el negocio y permite un plazo determinado para toma de decisiones en función de las líneas que tienen una prioridad dada su alta rotación de inventario. El plazo del crédito que otorgue el proveedor, dependerá inicialmente de sus políticas y en segunda instancia del record de pago que se tenga, el cual en caso de ser bueno podría servir como herramienta de negociación con el proveedor para solicitar una extensión en el plazo del crédito con altas probabilidades de éxito en la aprobación de dicha solicitud, los plazos son muy diversos y se encuentran desde los 8 días hasta los 60 días.

La más sencilla de las tres formas de negociación es compra de contado, esta es la preferida de los proveedores, tiene beneficios en términos financieros ya que al comprar de contado se puede generar descuentos, no obstante en aras de una adecuada administración, a pesar de dichos descuentos no siempre es conveniente comprar de contado, ya que también se puede encontrar beneficio financiero en disponer del efectivo, ya sea para adquirir más mercadería o inclusive para invertir en otros productos financieros y generar otros ingresos por intereses.

6.4.6.2 Inventario.

Antes de definir el inventario inicial con el que se dará inicio la venta de repuestos, se hace necesario definir las marcas de vehículos con mayor demanda de repuestos, los cuales de acuerdo con la información obtenida producto de la investigación, son (en orden de importancia):

- Hyundai.
- Nissan.
- Toyota.
- Honda.
- Mitsubichi.
- Susuki.
- Mazda.
- Izusu.

Una vez conocidas las marcas de los vehículos que generan una mayor demanda en lo que respecta al inventario de repuestos, a continuación se define el stock que de acuerdo con las recomendaciones del experto en la materia de venta de repuestos con poco más de 15 años de experiencia en el campo, que fue entrevistado como parte del trabajo de campo de la investigación:

- Filtros de aire.
- Filtros de aceite.
- Filtros de Diesel.
- Pastillas de freno.
- Zapatas de freno.
- Roles.
- Rol Tensor.
- Roles Guía.
- Roles de Empuje.
- Cable Bujía.
- Bujías.
- Reguladores.
- Placa de Diodos.
- Botas de eje.
- Discos de Frenos.
- Tambores.
- Discos de Clutch.

- Platos de Presión.
- Roles de Empuje.
- Aditivos p/aceite.
- Accesorios.
- Bomba Auxiliar de frenos.
- Bomba auxiliar de clutch.
- Bomba principal de clutch.
- Bomba principal de frenos.
- Bobinas de encendido.
- Hules de Tijereta.
- Hules de estabilizadora.
- Hules de tensoras.
- Flasher.
- Relay.
- Fusibles (todo tipo).
- Rótulas de suspensión.
- Rótulas cremallera.
- Rótulas de dirección.
- Cables acelerador.
- Cables de freno.
- Empaques de freno (todo tamaño).
- Cables de clutch.
- Botas de cremallera.
- Accesorios.

- Aceite p/motor.
- Líquido de freno.
- Coolant.
- Gazas p/ manguera.
- Mangueras de freno.
- Manguera p/combustible.
- Retenedores.
- Desengrasante p/motor.
- Fajas de distribución.
- Fajas automotrices.
- Bombas de agua.
- Bombas de aceite.
- Termostatos.
- Gazas plásticas.
- Grasa.
- Boinas delanteras.
- Bocinas traseras.
- Roles de rueda delantera.
- Roles de rueda trasera.
- Tornillos de estabilizadora.
- Seguro de frenos.
- Soporte de motor.
- Galleta de amortiguadores.
- Amortiguadores.

- Baterías.
- Escobilla limpia parabrisas.
- Manilla p/subir vidrio.
- Manilla de abrir la puerta.
- Socket p/ bombillos.
- Porta fusibles.
- Sensor de oxígeno.
- Automáticos.
- Bendix.
- Llantas.

Para el caso de los repuestos básicos que tienen una mayor rotación se debe manejar un mínimo de 10 unidades por línea, por lo que lo recomendado para efectos de cumplir con el principio de servicio al cliente “justo a tiempo” se debe trabajar con un constante monitoreo del inventario para que en el momento en el que queden cuatro unidades se debe solicitar al proveedor la reposición de las unidades correspondientes para completar el inventario mínimo recomendado, esta tarea recae sobre los dependientes del local ya que son los que estarán en contacto directo con la rotación real del inventario.

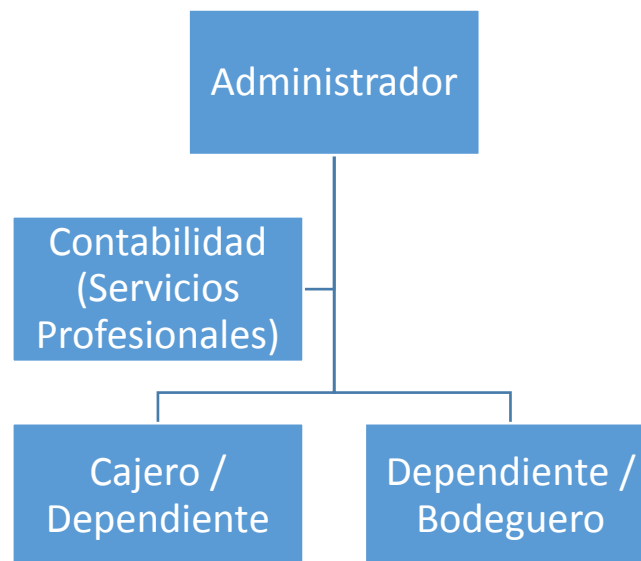
6.5 Estructura Administrativa y Variables Legales.

6.5.1 Estructura Administrativa.

Dado que la venta de repuestos está iniciando es necesario tener en cuenta que no se requiere una cantidad grande de personal y que de acuerdo con el movimiento del negocio se podría valorar realizar ajustes en la estructura del personal, según sea el caso. A continuación un Organigrama de la estructura Inicial:

Imagen 14

Organigrama.



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo con la estructura anterior se aclara que el administrador dará soporte de acuerdo con la necesidad del momento, por lo que podrá reemplazar al cajero y al

bodeguero en su período de almuerzo, de la misma forma tanto el bodeguero podrá reemplazar al cajero y viceversa, por lo que se deberá capacitar a ambos para que sean poli funcionales.

Adicionalmente cabe mencionar que se establece un horario de atención al cliente de 7 am a 5:00 pm, jornada continua, el horario propuesto se debe a que de acuerdo con la información recabada durante el trabajo de campo existe una demanda importante por parte de mecánicos, taxistas y clientes que desde muy temprano buscan repuestos, así mismo los días de atención serán de lunes a domingo, donde cada uno de los colaboradores tendrá 1 día libre a la semana, de manera rotativa, por lo que siempre estén como mínimo 2 personas disponibles. Los horarios son los siguientes:

Cuadro 31

PUESTO	HORARIO SEMANAL		
	ADMIN.	CAJ / DEP	BOD / DEP
LUNES	X	X	X
MARTES	X	X	X
MIÉRCOLES	X	X	X
JUEVES	X	X	X
VIERNES	LIBRE	X	X
SÁBADO	X	LIBRE	X
DOMINGO	X	X	LIBRE

Fuente: Elaboración Propia.

Cuadro 32

HORARIO DIARIO			
PUESTO	ADMIN.	CAJ / DEP	BOD / DEP
07:00 a.m.	ENTRA	LIBRE	LIBRE
08:00 a.m.	X	ENTRA	LIBRE
09:00 a.m.	X	X	ENTRA
10:00 a.m.	X	X	X
11:00 a.m.	X	X	X
12:00 p.m.	X	X	X
01:00 p.m.	X	X	X
02:00 p.m.	X	X	X
03:00 p.m.	SALE	X	X
04:00 p.m.	LIBRE	SALE	X
05:00 p.m.	LIBRE	LIBRE	SALE

Fuente: Elaboración Propia.

Cabe destacar que de acuerdo con lo que establece el código de trabajo, los horarios propuestos contienen jornadas diurnas ordinarias de 8 horas diarias y continuas para cada colaborador, con 30 minutos de descanso para el almuerzo y un día libre a la semana, el cual podrá ser rotativo según las necesidades de la venta de repuestos.

Para el caso de la contabilidad, la misma será contratada como servicios profesionales, por lo que no entrará como un gasto de planilla.

6.5.2 Variables Legales.

Considerar las variables legales es indispensable para iniciar cualquier negocio, ya que el cumplimiento de los requisitos legales es la antesala de un comienzo de negocio satisfactorio y en regla con las autoridades y entidades gubernamentales, al

mismo tiempo que se asegura un curso de negocio sin complicaciones que puedan atender con el cierre prematuro del negocio.

Expuesto lo anterior, cabe destacar que existe una serie de requisitos obligatorios con los que se debe cumplir para abrir puertas al público e iniciar operación, los cuales se detallan a continuación:

- Inscribir una sociedad ante el Registro Nacional, en este caso el nombre de la sociedad es Auto Repuestos Tica S.A, para poder emitir personería jurídica.
- Inscribir la Sociedad como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda.
- Inscribirse como patrono ante la CCSS.
 - Certificación Literal del Registro Nacional (Cancelada).
 - Formulario de la CCSS Completo (anexo 4).
 - Escritura de Constitución de la Sociedad.
 - Certificación de Personería Jurídica.
 - Recibo de Electricidad del local.
 - Copia del documento de identidad.
- Se requiere obtener una Patente Municipal, para la cual se deben cumplir los siguientes requisitos:
 - Formulario completo de Solicitud de Licencia Comercial Municipal.

- Fotocopia de la cédula de identidad del interesado de la patente y personería jurídica en caso de ser representante legal de una persona jurídica.
- En caso de alquilar un local debe presenta fotocopia de la cédula de identidad del propietario del local, y en caso de que el propietario sea persona jurídica fotocopia de la cédula del representante legal de la propiedad por arrendar y la personería jurídica.
- Fotografía Digital o Impresa del local.
- Estar al día con las obligaciones de la CCSS.
- Estar al día con FODESAF (mtss.go.cr).
- Uso de Suelo de la finca que se arrendará.
- Permiso Sanitario de Funcionamiento extendido por el Ministerio de Salud, de ser necesario.
- Copia de la Póliza de Riesgos del Trabajo del INS (contrato vigente).
- Encontrarse al día con el pago de los tributos municipales (solicitante y dueño del inmueble).
- Certificado de inscripción ante el Ministerio de Hacienda.
- Personería Jurídica y copia de la cédula del representante legal del propietario del local en caso de ser persona jurídica.

Cabe destacar que durante la investigación se conversó con un asesor legal en cuya oficina se puede tramitar toda la documentación legal, inscripciones ante los diferentes entes gubernamentales, patentes, usos de suelo y todos los trámites

correspondientes al cumplimiento de los requisitos legales mencionados en la lista anterior a este párrafo, todo con un costo aproximado a los quinientos mil colones, lo que podría considerarse a la hora de iniciar los trámites y tomar en cuenta este monto dentro de la composición de la inversión Inicial.

Referencias Bibliográficas

Sapag Chain, N.; Sapag Chain, R. y Sapag Puelma, J (1991). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. 6ª ed. México: McGraw Hill.

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. 7ª ed. México: McGraw Hill.

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. 1ª ed. España: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Ross Stephen, A.;Westerfield Randolph, W. y Jordan Bradford, D (2014). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. 10ª ed. México: McGraw Hill.

Lawrence Gitman,J y Chad Zutter, J. (2012). *Principios de Administración Financiera*. 12ª ed. México: Person.

Rivera Martinez, F y Hernández Chávez, G. (2015). *Administración de Proyectos*. 2ª ed. México: Person.

Kotler, F y Armstrong, G. (2016). *Fundamentos de Marketing*. 13ª ed. México: Person.

Fernández Valiñas, R. (2007). *Manual Para Elaborar un Plan de Mercadotecnia*. 1ª ed. México: McGraw Hill.

Pavón Cuellar, L. (2013). *Macroeconomía Aplicada*. 2ª ed. México: McGraw Hill.

Graue Russek, A. (2014). *Introducción a la Economía*. 1ª ed. México: Pearson.

Lovelock, C y Wirtz, J. (2015). *Marketing de Servicios Personal, Tecnología y Estrategia*. 7ª ed. México: Person.

Werther, W y Davis, K. (2014). *Gestión de Capital Humano*. 7ª ed. México: McGraw Hill.

Triola Mario, F. (2013). *Estadística*. 11ª ed. México: Person.

Muñoz Razo, C. (2015). *Como elaborar una investigación de tesis*. 3ª ed. México: Person.

Munch Lourdes (2014). *Administración, Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. 2ª ed. México: Person.

Madrigal, R. (Comp.) (2016). *Programa Macroeconómico 2017 - 2018*. Costa Rica: BCCR. **Disponible** en:

http://www.bccr.fi.cr/publicaciones/politica_monetaria_inflacion/PM_2017-2018.pdf

<http://www.hacienda.go.cr/contenido/12994-impuesto-sobre-la-renta-regimen-tradicional>

<http://ccpa.or.cr/wp-content/themes/maximus/pdf/normativa-vigente/tarifa/aviso-tarifas.pdf>

<https://costarica.eregulations.org/media/reglamento%20a%20la%20ley%207092%20del%20impuesto%20sobre%20la%20renta.pdf>

<http://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/Lista-salarios-I-sem-2017.pdf>

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

ANEXO 1

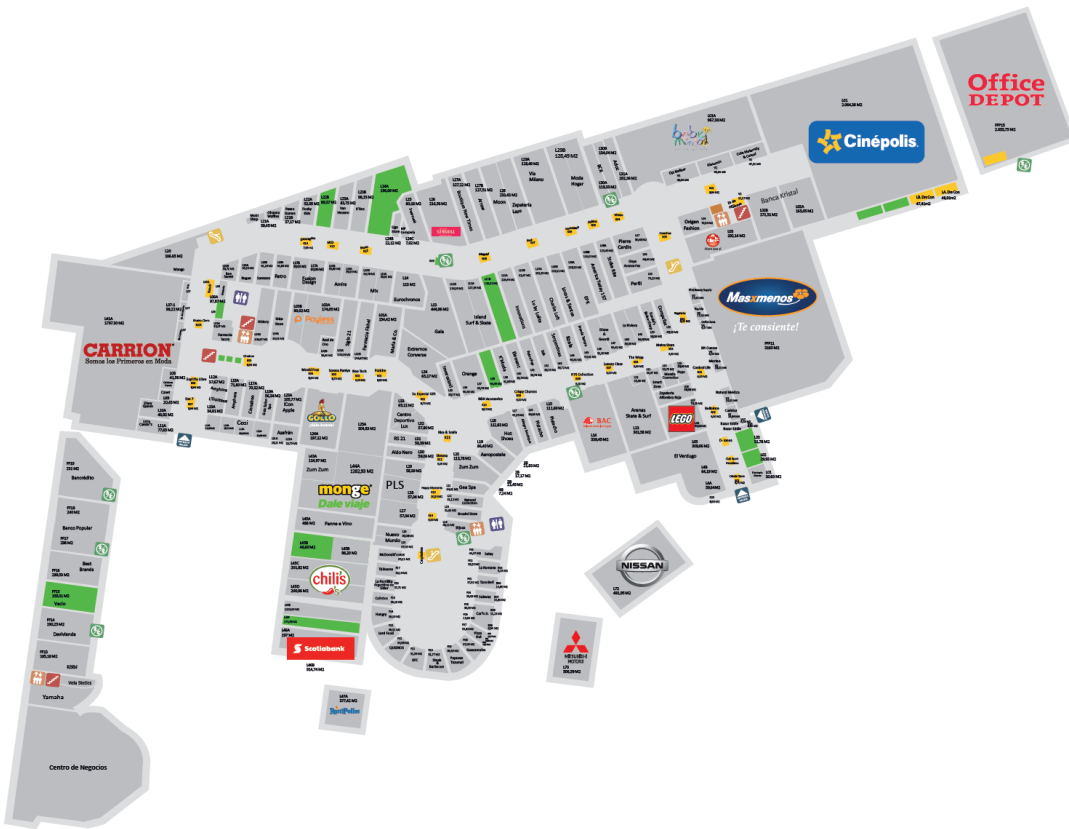
Tipo cambio de compra y de venta del dólar de los Estados Unidos de América

Referencia del Banco Central de Costa Rica

En colones costarricenses

	TIPO CAMBIO COMPRA	TIPO DE CAMBIO VENTA
23 Mar 2017	551,63	564,30
24 Mar 2017	552,11	564,85
25 Mar 2017	552,12	564,89
26 Mar 2017	552,12	564,89
27 Mar 2017	552,12	564,89
28 Mar 2017	552,48	565,11
29 Mar 2017	552,67	565,41
30 Mar 2017	553,27	566,11
31 Mar 2017	554,43	567,34
1 Abr 2017	554,47	567,36
2 Abr 2017	554,47	567,36
3 Abr 2017	554,47	567,36
4 Abr 2017	555,00	567,62
5 Abr 2017	555,46	568,13
6 Abr 2017	556,14	568,79
7 Abr 2017	556,36	568,99
8 Abr 2017	556,52	569,13
9 Abr 2017	556,52	569,13
10 Abr 2017	556,52	569,13
11 Abr 2017	556,57	569,28
12 Abr 2017	556,57	569,28
13 Abr 2017	555,36	568,20
14 Abr 2017	555,36	568,20
15 Abr 2017	555,36	568,20
16 Abr 2017	555,36	568,20
17 Abr 2017	555,36	568,20
18 Abr 2017	555,12	567,70
19 Abr 2017	554,88	567,62
20 Abr 2017	554,80	567,67
21 Abr 2017	554,85	567,67

ANEXO 2



Nivel uno del Centro Comercial Paseo de las Flores.

ANEXO 3



Nivel uno del Centro Comercial Paseo de las Flores.

ANEXO 4


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.

Formulario de Inscripción como Patrono de la CCSS.

ANEXO 5

Caja Costarricense de Seguro Social CCSS			
Concepto	Patrono	Trabajador	Porcentaje
SEM	9,25%	5,50%	14,75%
IVM	5,08%	2,84%	7,92%
TOTAL CCSS	14,33%	8,34%	22,67%
Recaudación Otras Instituciones			
Cuota Patronal Banco Popular			0,25%
Asignaciones Familiares			5,00%
IMAS			0,50%
INA			1,50%
TOTAL OTRAS INSTITUCIONES			7,25%
Ley de Protección al Trabajador (LPT)			
Aporte Patrono Banco Popular			0,25%
Fondo de Capitalización Laboral			3,00%
Fondo de Pensiones Complementarias			0,50%
Aporte Trabajador Banco Popular			1,00%
INS			1,00%
TOTAL LPT			5,75%
Total			35,67%

Tabla con las deducciones Patronales de la CCSS.

ANEXO 6

Office DEPOT

Bienvenido(a) Jorge | Mi cuenta | Ubicar tienda | Salir | **Carrito de Compras** 6 | \$1,308,140.00

Buscar por palabra, modelo o SKU

NUEVO Sitio

Papel | Oficina | Muebles y decoración | **Cómputo** | Electrónica | Impresión | Escolares, Arte y Diseño | Viajes

INICIO > CARRITO

Consulte aquí su **código postal**

SU CARRITO

ARTÍCULO	PRECIO DE ARTÍCULO	CANTIDAD	TOTAL
CAJA REGISTRADORA SHARP XE-A207	€199,990.00	1 Actualización Remover	€199,990.00
IMPRESORA EPSON TMU220A-163	€189,990.00	2 Actualización Remover	€379,980.00
COMPUTADORA HP 22-B009LA AIO	€359,990.00	2 Actualización Remover	€719,980.00
ROLLO TERMICO 80x80 C/6	€8,190.00	1 Actualización Remover	€8,190.00

SUMA TOTAL

Subtotal: €1,308,140.00

Total: €1,308,140.00

Los precios ya incluyen 13% de IVA.

[Continuar Buscando](#) [COMPRAR](#)

2208-4000 Asesoría | Síguenos y recibe ofertas | Recibe OFERTAS ESPECIALES en

COTIZACIÓN COMPUTADORAS, IMPRESORAS, CAJA REGISTRADORA Y ROLLOS DE PAPEL PARA IMPRESIÓN.

ANEXO 7

The screenshot shows a web browser window displaying the product page for a Panasonic cordless phone. The browser tabs include 'Correo - jpvmmccbr@h...', 'Tienda Monge, tienda vi...', and 'Google'. The address bar shows 'www.tiendamonge.com/telefono-fijo-panasonic-kxtgc212lab'. The website header features the 'tienda monge.com' logo, a search bar with 'Todas' and 'Buscar producto', and navigation links for 'Productos', 'Marcas', and 'Formas de pago'. A 'TU FLEXIPAGOS AQUÍ' banner is visible. The product image shows two Panasonic cordless phones on their charging base. The product title is 'Teléfono fijo Panasonic KXTGC212LAB'. Below the title, there is a description: 'Botón intercomunicador dedicado, directorio telefónico compartido'. The price is listed as '₡ 29,900'. A 'Pedido Especial' button is present. The bottom of the browser window shows the Windows taskbar with various application icons and the system tray displaying 'Desktop', 'ESP', and the time '08:45 p.m. 15/05/17'.

COTIZACIÓN TELÉFONO FIJO.

ANEXO 8

The screenshot shows a web browser window displaying the product page for a dining table and chairs set. The browser tabs include 'Correo - jpvmmccbr@h...', 'Tienda Monge, tienda vi...', and 'Mi Carrito | Office Depo...'. The address bar shows 'www.tiendamonge.com/juego-de-comedor-dimusa-redondo'. The website header features the 'tienda monge.com' logo, a search bar with 'Todas' and 'Buscar producto', and navigation links for 'Productos', 'Marcas', and 'Formas de pago'. A 'TU FLEXIPAGOS AQUÍ' banner is visible. The product image shows a round dining table with four chairs. The product title is 'Juego de comedor Dimusa Redondo'. Below the title, there is a description: 'Mesa Redonda, 4 sillas, pino chileno'. The price is listed as 'Precio: ₡ 139,900'. A 'Pedido Especial' button is present. The bottom of the browser window shows the Windows taskbar with various application icons and the system tray displaying 'Desktop', 'ESP', and the time '09:00 p.m. 15/05/17'.

COTIZACIÓN JUEGO DE COMEDOR.

ANEXO 9

The screenshot shows the website interface for tienda monge.com. The browser address bar displays the URL: www.tiendamonge.com/refrigeradora-semiautomatica-telstar-trs065510md-2cf-65l-. The page features a search bar with the text "Todas" and "Buscar producto". The navigation menu includes "Productos", "Marcas", "Formas de pago", "Contactanos", "Sucursales", and "Favoritos (0)". The main content area displays a white refrigerator (TELSTAR TRS065510MD 2CF 65L) with a price of ₡ 58,300. The product details include: "Refrigeradora semiautomática TELSTAR TRS065510MD 2CF 65L", "Minibar con capacidad para 65 litros, 2 estantes", "Marca: Telstar", and "SKU: 147333". A "COMPRAR" button is visible, along with a "FLEXI PAGO AQUÍ" badge. The taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 09:03 p.m. on 15/05/17.

COTIZACIÓN REFRIGERADORA PEQUEÑA

ANEXO 10

The screenshot shows the website interface for tienda monge.com. The browser address bar displays the URL: www.tiendamonge.com/horno-de-microondas-telstar-tmd2015dq-. The page features a search bar with the text "Todas" and "Buscar producto". The navigation menu includes "Productos", "Marcas", "Formas de pago", "Contactanos", "Sucursales", and "Favoritos (0)". The main content area displays a white microwave oven (TELSTAR TMD2015DQ) with a price of ₡ 36,900. The product details include: "Horno de microondas Telstar TMD2015DQ", "Horno microondas 0.7 pies cúbicos, blanco 8 opciones múltiples de cocción, 10 niveles de potencia", "Marca: Telstar", and "SKU: 135742". A "Pedido Especial" badge is visible. The taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 09:05 p.m. on 15/05/17.

COTIZACIÓN HORNO DE MICROONDAS.

ANEXO 11

The screenshot shows the website **tienda monge.com** with the following details:

- Product Name:** Pantalla LED 48" Haier LE48U5000
- Description:** Pantalla LED HD 48 pulgadas, Sintonizador digital, entradas HDMI, USB
- Price:** ₡ 227,900
- SKU:** 150991
- Brand:** Haier
- Quantity:** 1
- Buttons:** Favoritos, Comparar, Enviar a un amigo, Comprar
- Navigation:** Inicio / Productos / TV y Video / Pantalla LED 48" Haier LE48U5000
- Footer:** Desktop, 09:08 p.m., 15/05/17

COTIZACIÓN PANTALLA 48 PULGADAS.

ANEXO 12

The screenshot shows the website **INNOMUEBLES** with the following details:

- Product Name:** Silla P/Bar
- Description:** Escribe tu comentario
- SKU:** MY859-90115515
- Availability:** En existencias
- Price:** ₡ 35 900,00
- Material:** NEGRO Material: ESPONJA/ACERO
- Dimensions:** Tamaño: 48.5 FONDO 44.5 ANCHO 94.5 ALTO 15 DÍAS
- Quantity:** 0
- Buttons:** AÑADIR AL CARRITO, Me gusta, Tweet, Share
- Navigation:** Inicio > Comedor > Comedores > Silla de desayunoador > Silla P/Bar
- Footer:** Desktop, 09:19 p.m., 15/05/17

COTIZACIÓN BANCOS.

ANEXO 13



The screenshot shows a web browser window displaying the Office DEPOT website. The browser's address bar shows the URL: <https://www.officedepot.co.cr/officedepotCR/en/officedepotCR/en/Viaje/Maletas/Mochila-Roller/Uncategorized/LECTOR-DE-CODIGOS-DE-BARRA/p/22808>. The website header features the Office DEPOT logo, a search bar, and navigation links for 'Papel', 'Oficina', 'Muebles y decoración', 'Cómputo', 'Electrónica', 'Impresión', 'Escolares, Arte y Diseño', and 'Viajes'. A navigation breadcrumb trail reads: INICIO > VIAJE > MALETAS > MOCHILA ROLLER > UNCATEGORIZED > LECTOR DE CODIGOS DE BARRA. A banner below the breadcrumb says 'Consulte aquí su código postal'. The main product area displays a barcode scanner (SKU: 22808) with a price of **₡171,980.00** and a 'Precio por internet' label. A green 'Añadir al carrito' button is visible. To the right, there are options for 'Mis listas de Compras', including a 'Nueva Lista' dropdown and an 'Agregar lista de compra' button. The Windows taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 09:23 p.m. on 15/05/17.

COTIZACIÓN LECTOR CÓDIGO DE BARRAS.

ANEXO 14

GRUPO SANCHEZ S.A

Aluminio, Vidrio y Madera
 Cedula Juridica 3 -101-473770
 Tel: 2238-4109 - 2262-9646
gruposanchez1@hotmail.com

15 mayo 2017

Nombre:	Auto Repuestos Tica S.A
PROYECTO	Urnas

Cantidad	
3	Urnas en aluminio natural cuarto redondo, base en melamina con rodapié de madera, puertas corredizas y estantería en vidrio de 6mm Con los bordes forrados en aluminio. Valor: €200.000.00 Cada urna. Valor total: € 600.000.00

Notas Adicionales: Validez de la Cotización: 15 Días hábiles. Forma De Pago: 50% Adelanto, 50 % Contra Entrega Final Plazo De Entrega 15 a 20 días Naturales, A partir Del Adelanto	BN 100-01-004-011566-0 A Nombre de Grupo Sánchez Cedula jurídica: 3-101-473770 BN CLIENTE: 15100410010115662	BAC SAN JOSE # 923318349 A Nombre de Grupo Sánchez S.A Cedula: 3-101-473770 CUENTA CLIENTE: 10200009233183491
---	---	--

COTIZACION URNAS (MOSTRADOR)

ANEXO 15

¡Fomentando el conocimiento y
la ética profesional!



Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica

CONSIDERANDO:

1º—Que mediante el artículo 5 del Reglamento al artículo 10 de la Ley N° 1038 de Tarifas de Honorarios Profesionales para los Contadores Públicos Autorizados, publicado mediante el Decreto Ejecutivo N° 32909-H-MEIC, en La Gaceta N° 49 del 9 de marzo del 2006, se le otorgó la facultad a la Junta Directiva del Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica para actualizar anualmente la tarifa mínima de honorarios profesionales para los Contadores Públicos Autorizados.

2º—Que la actualización que corresponde al año 2015, se ha tomado el índice de Inflación del Sector Servicios, publicado en el sitio Web del Banco Central de Costa Rica, para el mes de diciembre 2014, el cual es de 6.45%.

Por tanto dispone:

1º—Mediante acuerdo firme 191-2015 de la sesión ordinaria número 10-2015 celebrada el día 9 de marzo del 2015, modificar las Tarifas Mínimas de Honorarios Profesionales de los Contadores Públicos Autorizados de conformidad con fundamento en los considerandos expuestos y contenidas en el Artículo 3 del Decreto 32909, cuya última actualización fue publicada en el Diario Oficial La Gaceta N° 102, del jueves 29 de mayo del 2014, debiendo leerse las nuevas tarifas como sigue:

“Artículo 3— Tarifa de honorarios profesionales autorizados. Se autorizan las siguientes tarifas mínimas de honorarios profesionales:

I) Honorarios mínimos de Auditoría Financiera, Informática u Operacional: El cálculo de honorarios profesionales debe ser efectuado tomando en cuenta los siguientes parámetros:

a. Independientemente del tipo, naturaleza y tamaño de la empresa contratante y de la naturaleza simple o compleja del programa de una auditoría, la tarifa mínima para ésta es de **¢12.027.26** (doce mil veintisiete colones con veintiséis céntimos) por hora profesional.

b. Toda auditoría contratada deberá cumplir con un **mínimo de 80 horas profesionales**. El profesional contratado, será el responsable de la calidad en la prestación del servicio y será el responsable de determinar si la auditoría convenida requiere emplear más horas del mínimo establecido en el presente decreto, en cuyo caso dichas horas serán cobradas según la tarifa establecida.

II) Honorarios mínimos de Asesoría y Consultoría Administrativa y Financiera, Fiscal y Contable. Se aplicará una tarifa mínima para la Asesoría y Consultoría Administrativa, Financiera, Fiscal y Contable, de **¢24.857.27** (veinticuatro mil ochocientos cincuenta y siete colones con veintisiete céntimos) por hora profesional.

III) Honorarios mínimos de Peritajes y Arbitrajes. Los honorarios que se originen en peritajes extrajudiciales asignados a Contadores Públicos Autorizados, solicitados por instituciones públicas, empresas privada o particulares, para estudio o dictámenes especiales que impliquen la determinación de un valor económico, se registrarán por las siguientes tarifas:

Monto del Peritaje	Tarifa
Hasta ¢1.002.963.37	¢100.296.33
De: ¢1.002.963.37 hasta ¢2.004.565.12	5% adicional
Sobre el exceso de ¢2.004.565.12	3% adicional

IV) Honorarios mínimos en Certificaciones de Ingresos. Los honorarios mínimos por Certificaciones de Ingresos se aplicarán con base a la siguiente escala:

a. Certificación de Ingresos brutos generados en relaciones laborales se aplicará la tarifa mínima de la siguientes manera:

Rango de Ingreso mensual	Tarifa
Hasta: ¢541.232.04	¢20.046.01
De ¢541.232.04 a ¢813.852.28	5% adicional
De ¢813.852.28 a ¢1.202.772.58	4% adicional
De ¢1.202.772.58 a ¢2.004.565.12	3% adicional
Sobre el exceso de ¢2.004.565.12	2% adicional

b. Certificación o estudio de ingresos que implique verificación de productos, gastos, costos para establecer ingresos netos originados en operaciones comerciales, industriales, profesionales, certificaciones de lucro cesante, certificaciones de saldo deudor y otras no consideradas en el inciso siguientes, se aplicará la tarifa mínima de la siguiente forma:

HORA PROFESIONAL DE CONTADORES PUBLICOS.

ANEXO 16

Acomodador (cines, teatros, etc.)	TNC	9.822,07	Dealer (Distribuidor de cartas)	TNC	9.822,07	Guliotinista (Electrónica programable)	TE	12.829,63
Agente de Aduana o Vapores	TES	19.910,28	Demostrador (Display)	TNC	9.822,07	Hojalatero	TC	10.877,41
Agente de Ventas *	TCG	331.516,22	Demostrador-Vendedor	TSC	10.680,80	Homeador (Homo Electrónico program)	TSC	10.680,80
Aibañil	TC	10.877,41	Dependiente	TSC	10.680,80	Homero	TC	10.877,41
Alistador Automotriz (Ilijador)	TSC	10.680,80	Dependiente Café Internet	TSC	10.680,80	Inspector de Cámaras	TE	12.829,63
Analista de Computación (Sin Título)	TES	19.910,28	Despachador Agencia Aduana, Vapores	TE	12.829,63	Instructor de Balles Populares	TC	10.877,41
Apianchador (plancha tipo casera)	TNC	9.822,07	Diagramador en Artes Gráficas	TE	12.829,63	Jardinero (Crear Jardines)	TC	10.877,41
Apianchador con Equipo de Vapor	TC	10.877,41	Diagramante en Artes Gráficas	TE	12.829,63	Jefe de Cocina (Chef)	TE	12.829,63
Analista de Crédito	TCG	331.516,22	Diagramante de Ingeniería, Arquitectura *	TCG	331.516,22	Jefe de Salones (Maitre)	TE	12.829,63
Asistente de Abogacía *	TEG	372.288,99	Digitador	TC	10.877,41	Joyerero	TC	10.877,41
Asistente de Auditoría *	DES	462.406,00	Diplomado Parauniversitario *	DES	462.406,00	Laboratorista Civil	TC	10.877,41
Asistente de Consultorio Médico	TC	10.877,41	Diplomado Universitario *	DES	462.406,00	Laboratorista Clínico	TC	10.877,41
Asist. Domicilio/Ancianos (estudiantes especializados)	TE	12.829,63	Ebanista	TE	12.829,63	Laqueador (Muebles y Similares)	TC	10.877,41
Auxiliar Agente de Aduana, Vapores	TE	12.829,63	Educador Aspirante sin Título *	TEG	372.288,99	Lavador de Cabello	TNC	9.822,07
Auxiliar de Contabilidad *	TCG	331.516,22	Electricista	TC	10.877,41	Lavador de Carros	TNC	9.822,07
Auxiliar Dental	TE	12.829,63	Electromecánico	TE	12.829,63	Levantador de Texto (Artes Gráficas)	TE	12.829,63
Ayudante de Cocina	TSC	10.680,80	Empacador, Etiquetador	TNC	9.822,07	Licenciado Universitario *	Lic.	629.395,00
Ayudante de Mecánico general	TSC	10.680,80	Empleado de Despacho	TSC	10.680,80	Limpiador de Tanques Sépticos	TC	10.877,41
Ayudante de Operario, construcción	TSC	10.680,80	Empleada Doméstica *	TSC	178.703,50	Limpieza (Artes Gráficas)	TC	10.877,41
Bachiller Universitario *	Bach	524.477,85	Encargado (indica acomodo parqueo)	TNC	9.822,07	Liquidador Agencia Aduana, Vapores	TE	12.829,63
Baqueano	TSC	10.680,80	Encargado de Limpieza en General	TNCG	293.132,67	Llantero	TSC	10.680,80
Barrendero (Cocinero)	TC	10.877,41	Encargado de Limpieza en Piscinas	TNC	9.822,07	Loucor de Radioemisora	TE	12.829,63
Bodeguero (Encargado) *	TSCG	315.364,86	Enc. Mantenim. Correctivo Computo	TE	12.829,63	Loucor de Televisión	TES	19.910,28
Bodeguero (Feón) *	TNCG	293.132,67	Enc. Mantenim. Preventivo Computo	TC	10.877,41	Luminotécnico TV	TES	19.910,28
Bolero	TSC	10.680,80	Encargado de poner Discos (Diskjockey)	TNC	9.822,07	Maestro de Obras (Construcción)	TE	12.829,63
Cajero *	TCG	331.516,22	Encargado de Cámaras Frigoríficas	TSC	10.680,80	Manicurista, Maquilladora	TC	10.877,41
Cajista de Artes Gráficas	TE	12.829,63	Encargado Mantenimiento Edificios	TC	10.877,41	Maquinista de Embarcaciones	TC	10.877,41
Calderero (Operador de Caldera)	TC	10.877,41	Enoerador de Carros	TNC	9.822,07	Marinero	TNC	9.822,07
Calderista (Mantenimiento)	TE	12.829,63	Enouademador - Empastador	TC	10.877,41	Masajista	TC	10.877,41
Camarógrafo de Prensa	TES	19.910,28	Enouademador en Fino	TE	12.829,63	Mecánico General	TC	10.877,41
Cantante de Música Popular	TC	10.877,41	Enouademador en Rústica	TSC	10.680,80	Mecánico Precisión	TE	12.829,63
Cantinero	TSC	10.680,80	Enouademador *	TSCG	315.364,86	Mecánico Máquinas de Coser Industrial	TE	12.829,63
Capitán de Embarcación	TE	12.829,63	Enderezador Automotriz	TC	10.877,41	Mecánico de Máquinas de hacer Telas	TE	12.829,63
Carmitero Empleado Despacho	TSC	10.680,80	Engrasador de Autos	TSC	10.680,80	Mensajero *	TNCG	293.132,67
Camionero Destazador	TC	10.877,41	Ensamblador de Computadoras	TSC	10.680,80	Misceláneo *	TNCG	293.132,67
Carpintero	TC	10.877,41	Envasador Manual	TNC	9.822,07	Misceláneo en Hogares Tercera Edad	TNC	9.822,07
Cerrajero	TC	10.877,41	Esparador de Plaguicidas (Shrs)	TNC	9.822,07	Montacarguista	TSC	10.680,80
Chapulnero	TC	10.877,41	Estampador en Textil (Serigrafía)	TC	10.877,41	Mucama	TNC	9.822,07
Chequeador Agenc Aduana, Vapores	TE	12.829,63	Esteticista	TE	12.829,63	Musicalizador en Radioemisoras	TE	12.829,63
Chequeador de Buses	TNC	9.822,07	Estilador por Caja de Banano	TE	1,35	Niñera, excepto en el Hogar del Niño (Beneficio Doméstico)	TNC	9.822,07
Chefo de Bus (no cobrador)	TC	10.877,41	Estilador por Movimiento	TE	355,84	Niñera en el Hogar del Niño	TE	178.703,50
Chefo de Tráiler	TE	12.829,63	Estilador por Tonelada	TE	83,44	Oficial de Mesa (panadería)	TC	10.877,41
Chefo de Vehículo Liviano	TC	10.877,41	Estilista	TC	10.877,41	Oficinista (General) *	TSCG	315.364,86
Chefo de Vehículo Pesado	TC	10.877,41	Fontanero	TC	10.877,41	Operador de Cabina de Radioemisora	TE	12.829,63
Chefo Microbus (menos del 1 pasaj.)	TSC	10.680,80	Fotocopiador (Centro fotocopiado)	TSC	10.680,80	Operador de "Araña" (Serigrafía)	TC	10.877,41
Chefo-Cobrador de Bus	TE	12.829,63	Fotógrafo de Prensa	TE	12.829,63	Operador de Camusel	TC	10.877,41
Cobrador de Buses	TNC	9.822,07	Fotomecánico de Artes Gráficas	TE	12.829,63	Operador de Computación	TE	12.829,63
Cobrador *	TSCG	315.364,86	Fotomontador (Artes Gráficas)	TE	12.829,63	Operador de Draga	TE	12.829,63
Cocinero	TC	10.877,41	Fresador (Metalmeccánica)	TE	12.829,63	Operador de Grúa Estacionaria	TE	12.829,63
Confección Muestras de Ropa	TE	12.829,63	Fumigador (Doméstica)	TSC	10.680,80	Operador de Máquina de Lavar Ropa	TC	10.877,41
Conserje *	TNCG	293.132,67	Fundidor	TC	10.877,41	Operador de Maquinaria Pesada	TC	10.877,41
Contador Privado *	TMED	347.405,37	Futbolista Primera División	TE	12.829,63	Operador de Máquinas en General	TC	10.877,41
Contador Privado *	DES	462.406,00	Futbolista Segunda División	TC	10.877,41	Operador de Planta Transm. Radio	TC	10.877,41
Contador Privado *	Bach.	524.477,85	Gondolero	TNC	9.822,07	Operador de Prensa Rotativa	TES	19.910,28
Contador Privado *	Lic.	629.395,00	Graduado del INA *	TMED	347.405,37	Operador de Radio-Taxi	TC	10.877,41
Contador de tela	TC	10.877,41	Guarda *	TSCG	315.364,86	Operador de Escogedoras de Café	TC	10.877,41
Cosedor Piezas/Prendas a Máquina	TC	10.877,41	Guarda Custodio Valores-Portavalores	TCG	331.516,22	Operador Escaner separador colores	TES	19.910,28
Costurera (Modista)	TE	12.829,63	Guía Turístico	TC	10.877,41	Operario en Construcción	TC	10.877,41
Counter (Vendedor de Pasajes) *	TCG	331.516,22	Guliotinista (Guliotina Eléctrica)	TC	10.877,41	Ordeñador a Mano	TNC	9.822,07

SALARIOS MINIMOS 2017

ANEXO 17

1. Donde realiza usted la compra de los repuestos de su vehículo?
 - a. Agencia.
 - b. La Guacamaya.
 - c. Gigante.
 - d. Otro. Especifique (_____).

- 2.Cuál de los siguientes enunciados considera determinante para la elección del lugar donde usted compra los repuestos de su vehículo?
 - a. Precio.
 - b. Instalaciones.
 - c. Servicio.
 - d. Capacitación del Personal.
 - e. Calidad de los repuestos.
 - f. Otro. Especifique (_____).

3. Cómo describiría el precio del lugar donde usted normalmente adquiere los repuestos de su vehículo?
 - a. Elevados.
 - b. Accesibles.
 - c. Aceptables con respecto al mercado.

4. Cuál de los siguientes adjetivos califica de mejor manera las instalaciones del lugar donde actualmente realiza usted la compra de repuestos para su vehículo?
 - a. Excelentes.
 - b. Buenas.
 - c. Regulares.
 - d. Malas.

5. Cómo define el Servicio del lugar donde usted compra los repuestos de su vehículo?
 - a. Excelente.
 - b. Bueno.
 - c. Regular.

- d. Malo.
6. Cómo calificaría la capacitación del personal que le atiende donde usted compra los repuestos de su vehículo?
- a. Excelente.
 - b. Buena.
 - c. Regular.
 - d. Mala.
- 7.Cuál de las siguientes palabras describe mejor su opinión sobre la calidad de los repuestos ofrecidos por su proveedor actual?
- a. Excelentes.
 - b. Buenos.
 - c. Regulares.
 - d. Malos.
8. Conoce usted si su actual proveedor de repuestos le ofrece alguna alternativa de valor agregado para comprar sus repuestos por internet?
- a. Sí.
 - b. No.
9. Si el sitio web fuese amigable y confiable, usted estaría dispuesto (a) a comprar sus repuestos por internet?
- a. Sí.
 - b. No.
10. Cuánto dinero destina usted en promedio para repuestos de su vehículo y con qué frecuencia?
- Monto _____ Frecuencia _____
11. Usted compraría sus repuestos en el Paseo de Las Flores?
- a. Sí.
 - b. No.

12. Si abriera una nueva alternativa de repuestos para vehículo en el Paseo de Las Flores, qué le gustaría que considerara este nuevo proveedor de repuestos, para considerarlo como su nuevo proveedor de repuestos?

MACHOTE DE ENCUESTAS.

ANEXO 18



Tel. Central: (506) 25453100 / Fax: (506) 2240-7869 / Depto. Ventas "800ROTULOS" / Depto Servicio: (506) 2236-9701 / Fax Servicio: (506)2240-2125
E-mail: nnventas@neonnieto.com / Apdo Postal 3499-100 San José, Costa Rica

FABRICANTES DE ANUNCIOS LUMINOSOS DESDE 1937

Señores: **Autorepuestos TICA S.A** **# Cotización 18597**
Dirección: **F. Documento 18/05/2017**
Atención: **Jorge Vargas** **Fax:**
Teléfono: **8869-5951** **Celular:**
E-mail: **jvmmocobra@hotmail.com**

Para su consideración nos es muy grato presenta a Ud.(es) el siguiente presupuesto:

Cantidad	Descripción
1.00	LETRAS DE CAJA CON FONDO DOBLE DE ACM

Instalación: Para ser instalado en su local en el Centro Comercial Paseo de las Flores contra precinta. El horario para estas instalaciones se contempla de Lunes a Viernes de 10:00pm a 5:00am. Nota: El cliente deberá dejar el refuerzo necesario para la colocación del rótulo y la prevista eléctrica respectiva. Coordinar la instalación con el Sr. Vargas

Dimensiones: 0.60m de alto total x 5.75m de largo total

Colores: Letras: Color rojo
Fondo: Color blanco

Leyenda: AUTOREPUESTOS TICA S.A.

Construcción: Fondo: Fondo doble de ACM en color blanco con estructura interna de hierro y respaldo en lámina de HG pintada en color blanco.

Leyenda: letras individuales de caja fabricadas con costados en aluminio de 5" y molduras plásticas en color rojo con frentes plásticos en color rojo. Iluminadas internamente por medio de leds blancos para dar efecto de luz directa.

Garantía: Por tres años el aluminio, contra todo defecto de material y mano de obra, siempre y cuando el cliente le de un adecuado mantenimiento preventivo

Entrega: 3 Semanas
El plazo de entrega rige a apartir del recibo del adelanto

Precio: ₡ 2,360,000.00 Precio Alternativo sin FONDO ₡1.920.000

Forma de Pago: 50% con la orden de compra y 50% al entregarse o instalarse

Vigencia Oferta: 15 días

Asesor de Ventas: CAROLINA RAMIREZ

Gerente de ventas: María Monestel M.

NEÓN NIETO S.A. CED 3-101-003718-35

En señal de aprobación favor enviar esta cotización debidamente firmada al fax 2240-7869

Aprobado por: _____ Firma: _____ Cedula: _____ Fecha: _____

Dirección de entrega de la factura: _____

Neón Nieto no tramita permisos municipales ni del Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT)

Una vez fabricado el rótulo y éste no pueda instalarse o entregarse por razones ajenas a nuestro control, se guardará en nuestras bodegas por un periodo de un mes, luego de ese periodo el cliente deberá cancelar un 2% sobre el valor del contrato, por concepto de bodegaje.

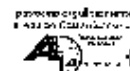
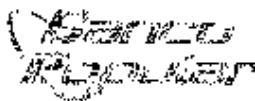
COTIZACION DE RÓTULO

ANEXO 19

1. Cuantos años de experiencia en venta de repuestos para vehículo tiene usted?
2. Cuáles son las marcas de vehículo que tienen mayor movimiento y rotación del inventario?
3. Cuáles son las líneas de repuestos con las que obligatoriamente se debe abrir las puertas al público?
4. Partiendo del hecho de que se abra una nueva venta de repuestos que clasificada como PYME, cual es el espacio mínimo para iniciar operación y que logre albergar el stock de repuestos de las líneas de repuestos mínimas para empezar operación?
- 5.Cuál sería un margen de ganancia ideal y competitivo para iniciar la nueva venta de repuestos?
6. Habiendo marcas de ventas de repuestos tan posicionadas en los consumidores de repuestos como "La Guacamaya" y "Gigante", cuál debería ser el punto que se deba atacar para generar competencia y poder atraer clientes de estos negocios consolidados?
7. Cuáles son las opciones de adquisición de mercadería con los proveedores (crédito, consignación, descuentos por compras de contado)?
8. Qué recomendación daría para el manejo de la rotación del inventario, de manera que se pueda adquirir la mercadería a tiempo que siempre se cuente con la mercadería disponible para el cliente?
9. Cuál horario recomienda para iniciar una nueva venta de repuestos y por qué?
10. Con cuántos empleados sería conveniente iniciar?
11. Cuanto tiempo tardan en promedio los proveedores en entregar los pedidos que se les realiza?
12. Si abriera una nueva alternativa de repuestos para vehículo en el Paseo de Las Flores, qué le gustaría que considerara este nuevo proveedor de repuestos, para considerarlo como su nuevo proveedor de repuestos?
13. Cuál es la principal queja de los clientes que usted ha atendido a lo largo de su experiencia?

ENTREVISTA APLICADA.

ANEXO 20



BANCA DE DESARROLLO SOCIAL Y EMPRESARIAL
REGION CENTRAL OESTE
OFERTA DE CRÉDITO

telefono 25606219

Zorly Flores

PERSONA FISICA

Aspectos Informativos:

- ✓ Perfil de empresa (se le facilitará un formulario)
- ✓ Estados de Cuentas Bancarias (últimos 6 meses)
- ✓ Copia de cédula
- ✓ Títulos académicos
- ✓ Curriculum vitae
- ✓ Certificación de que esta al día con la CCSS
- ✓ Certificación de que esta al día en tributación
- Estados de cuenta de las deudas activas
- Permisos de funcionamiento
- Copia recibo de servicios públicos con dirección

→ Estudio Mercado
→ Flujo casa proyectado

Hipotecario
tasa básica Pasiva
41504 + 4 Pts @ 50.1.

Plazo 240. ~~0000~~
20 años

Aspectos financieros:

- Certificación de ingresos emitida por un Contador Público Autorizado
- Documentos probatorios que evidencien el ingreso y gastos (estados de cuenta y facturas de los últimos 12 meses).

Aspectos de garantía FIDUCIARIO:

- Constancia salarial
- Orden patronal
- Copia cedula
- Copia recibo de servicios públicos con dirección

Aspectos de garantía HIPOTECARIA:

- Plano catastrado certificado
- Certificación liberal con Número de finca
- Constancia de impuestos municipales al día
- En caso de existir gravámenes no hipotecarios, presentar certificación liberal del Registro Nacional sobre los mismos
- Acta protocolizada para constituir hipoteca (esto si la propiedad está a nombre de un sociedad y se aporta cuando esté aprobado el crédito)

Aspectos del plan de Inversión:

La oferta presentada podría sufrir cambios sin previo aviso y está sujeta a la aprobación correspondiente.

Teléfono: 8709-0895

COTIZACIÓN DEL BANCO POPULAR (CRÉDITO).

ANEXO 21



Dirección de Servicios y Gestión de Ingresos
Sección de Servicios Tributarios

Timbres Fiscales y Timbres de Parques Nacionales por 100 colones

Comprobante del trámite N° _____

FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA COMERCIAL (SOLICITUDES NUEVAS)

(Recuerde que este trámite es totalmente gratuito y antes de completar este formulario debe leer el dorso del mismo.)

DATOS DEL SOLICITANTE

Nombre del Solicitante: _____ Cédula (Personal o Jurídica) N°: _____

En caso de Persona Jurídica: Nombre del representante legal: _____ Cédula _____

Señalo como lugar o medio para recibir notificaciones: Tel: _____ Fax: _____

Dirección (Residencia): _____

Correo electrónico: _____

Patrono: SI NO Pertenece al régimen tributario: Simplificado Tradicional

DATOS DEL DUEÑO DEL INMUEBLE

Nombre del Dueño del Inmueble: _____ Cédula _____

En caso de Persona Jurídica: Nombre del representante legal: _____ Cédula _____

Plano Catastro N° _____ N° Finca _____ Mapa _____ Parcela _____

DATOS DE LA PATENTE Y EL LOCAL

Nombre Comercial del Negocio o Local: _____

Se solicita patente para (actividad específica): _____

Dirección exacta del Local sitio en: Calle _____ Avenida _____ Distrito: _____ Edificio: _____

Piso: _____ Local: _____ Teléfono: _____ Fax: _____ Otras Señales: _____

El lugar o el medio donde se desarrollará la actividad cuenta con un entorno accesible para que las personas lo usen y disfruten, cumpliendo con lo establecido en la Ley 7600 y su reglamento: SI NO

DECLARACIÓN JURADA. Los suscritos, bajo firmas, de las calidades antes mencionadas, apertados de las penas con que la legislación castiga los delitos de falso testimonio y perjurio, declaramos que toda la información incluida anteriormente es verdadera y real. Asimismo, se declara a la Municipalidad de Heredia, con base en la presente declaración jurada y la información otorgada, por el Organismo de Licencias Comerciales (policial y comercial). Además, bajo conocimiento de que la Municipalidad de Heredia, puede iniciar el proceso administrativo respectivo con el fin de suspender, revocar o cancelar las actividades autorizadas en el presente, si se llegara a comprobar alguna falsedad de la información declarada, seremos y quedamos en los documentos o información declarada, por lo tanto, damos autorización a las autoridades de este gobierno local para que puedan verificar y aplicar conforme las medidas preventivas en el ordenamiento jurídico, y si fuera el caso litigamos los recursos correspondientes ante el Ministerio Público, Ministerio de Salud y otras instancias, desde el momento en que se declare responsable de todas las simplificaciones que cada uno de nosotros, Es todo.

Nombre Completo, Firma y número de identificación del Solicitante: _____

Nombre Completo, Firma y número de identificación del dueño del inmueble: _____

Autorizo a: _____ N° de Cédula: _____ para que presente y retire documentos con respecto a este trámite. Firma de la persona autorizada: _____

DATOS PARA EL CÁLCULO DE LA PATENTE COMERCIAL

Ubicación o Ruta: Excelente Buena: Regular: Mala: N° de empleado: _____

Inventarios (en colones): _____ Fecha de inicio de la actividad: _____

Condición del inmueble y/o mueble: Excelente: Buena: Regular: Mala: Deficiente:

Tipo de Actividad: Comercio: Industrial: Servicios: Agrícola y Agropecuario:

Conforme a lo estipulado en la Ley de Impuestos Municipales del Cantón Central de Heredia Ley N° 9023, Art 2º y siguientes y el Art 79º del Código Municipal, nada podrá abrir establecimientos dedicados a actividades lucrativas o realizar comercio en forma ambulante sin contar con la respectiva Licencia Municipal.

No tiene este espacio, es para uso de la Municipalidad

Verificación de Veracidad: Responsable de la verificación interna hace constar que el solicitante se encuentra a día () no se encuentra al día () con los tributos municipales para el presente trámite, al día _____

Formulario recibido por: _____, el día _____ / _____ / _____, a las _____ horas.

Cambiar los datos recibidos _____ Firma del funcionario _____

INFORMACIÓN IMPORTANTE PARA REALIZAR ESTE TRÁMITE

Estimado Contribuyente recuerde que por Seguridad y Accesibilidad, las áreas deben permanecer libres de obstáculos y en buen estado.

Municipalidad de Heredia

Avenida Central, Calle 0-1, Heredia

Central: (506) 2277-1400 | Fax: 2277-6766 | www.heredia.go.cr

FORMULARIO DE PATENTE COMERCIAL.

ANEXO 22

	MUNICIPALIDAD DE HEREDIA		Nº 0050
	DESARROLLO TERRITORIAL		
<input type="checkbox"/> Certificado Uso de Suelo Requisitos: - Copia clara plano Catastrado - Certificado Informe registra!	<input type="checkbox"/> Alineamiento Municipal Requisitos: - 2 Copias claras plano catastrado		
1) INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE			
Nombre del Solicitante: _____			
Nº Identificación: _____		Correo Electrónico: _____	
Teléfono Celular: _____		Teléfono Residencia: _____	
2) DATOS GENERALES DEL INMUEBLE			
Propietario Registral del Inmueble: _____			
Nº Cédula: _____			
Nº Plano Catastro: _____		Nº Folio Real: _____	
Área de la propiedad: _____ m ²		Frente de Propiedad _____ m	
Tipo de acceso y ubicación dentro del sector: <input type="checkbox"/> Calle Pública <input type="checkbox"/> Servidumbre <input type="checkbox"/> Alameda			
Construcciones existentes: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No			
Indicar el tipo de construcción existente: _____			
3) USO DE SUELO O LINEA DE CONSTRUCCIÓN SOLICITADA			
<input type="checkbox"/> Comercial	<input type="checkbox"/> Industrial	<input type="checkbox"/> Almacenamiento	
<input type="checkbox"/> Residencial	<input type="checkbox"/> Mixto	<input type="checkbox"/> Institucional	
Descripción del proyecto: _____			
Cuenta con certificado de Uso de Suelo para una actividad específica o Alineamiento Municipal _____			
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No No Oficio: _____			
Doy fe que todos los datos que aquí se consignan son fidedignos y exactos.			
NOTA: TODA SOLICITUD SIN RETIRAR SERA DESECHADA DESPUES DE 3 MESES DE SU PRESENTACION			
_____ NOMBRE DEL SOLICITANTE		_____ FIRMA DEL SOLICITANTE	
_____ FECHA DE RECIBIDO		_____ FUNCIONARIO QUE RECIBE	

20180 TEL 2220 5094

FORMULARIO DE USO DE SUELO.